نشریه علمی

فصلنامه راهبرد توسعه

سال بیستم و دوم ، شماره ۲ (پیاپی۸۶)، تابستان ۱۴۰۵

ISSN: ۱۷۳۵ – ۲۴۶۰

* واکاوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی: یک مطالعه کیفی ۸
راضیه خسروانی ، منصور وثوقی ، علی بقایی سرابی ، میثم موسائی
* شناسایی و تحلیل راهبردی مؤلفه‌های الگوی رقابت مؤثر در صنعت بانکداری ایران ۳۲
محمدجواد محقق نیا ، بنفشه فرهنگ زاده ، وجه اله قربانی زاده ، مسلم پیمانی
* مدل‌سازی سرریز بازده میان دلار، طلا، یورو و شاخص‌های گروهی بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از خانواده GARCH ۶۹
رحیم نوین ، رویا آل عمران ، سیدعلی پایتختی اسکویی
* طراحی مدل کاربردپذیری فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی ۹۷
نوید رضاقلیزاده ، مهدی افضلی ، آزاده پورکبیریان
* برآورد شاخص ها و مولفه های جهانی شدن بر رشد اقتصادی ایران ۱۴۰
صمد مصطفوی ، امیرعلی فرهنگ ، ابراهیم عبدی
* بررسی فرهنگی-اجتماعی رفتارهای خشونت‌آمیز داعش در تقابل با فقه اسلامی و حقوق بین‌الملل ۱۷۴
علی جهانی بایقوت ، سید علی پورمنوچهری ، سیدرضا احسان‌پور
* بررسی چالش ها و موانع توسعه گردشگری آبی در استان خوزستان (به تفکیک دریا، تالاب، رودخانه و سدها) با رویکرد تحلیل سلسه مراتبی ۲۰۲
مرتضی مرادی ، حمید آسایش ، مهدی کمالی ، مهدی زاهد غروی
* توسعه بین‌المللی‌سازی کسب و کار، ریسک تجاری و مالی و برگشت‌پذیری ساختار سرمایه ۲۳۶
حسنی جهانگشت ، علی خوزین ، منصور گرکز ، حسین آریائی نژاد
* بررسی رابطه هوش مصنوعی و بیکاری در کشورهای منتخب خاورمیانه ۲۵۹
مجیوبه دلقان
* تدوین راهبردهای بهبود عدالت فضایی در محلات شهری بر اساس تحلیل قابلیت پیاده‌روی (منطقه ۲ کلانشهر تهران) ۲۸۳
سیده آل‌محمد ، لعبت زیردست ، حسین خسروی ، فائزه آقاعلیخانی
* بررسی جمعیت‌شناختی سقط‌جنین ناشی از قتل‌های‌ناموسی در استان خوزستان ۳۰۹
محمد نیهان ، نادر مطیع حق شناس
* واکاوی تاثیرات ناشی از بحران کووید ۱۹ بر متغیرهای اقتصاد گردشگری مطالعه موردی:امام زاده صالح تهران ۳۵۲
مهسا سادات مرادی حسین زاده ، میثم موسائی
* شناسایی و تحلیل ابعاد مدل توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا در شرکت‌های دانش‌بنیان استان گلستان ۳۷۶
مژگان سمیعی ، بهزاد شهرابی ، سعید بقایی
* تاثیر بازاریابی خیرخواهانه بر قصد خرید مصرف کننده (مطالعه موردی: آب معدنی دی دی) ۳۹۵
غلامرضا رسولی ، ابوالفضل خسروی ، هاجر نویدی ، نگین عباس پور
* طراحی الگوی بانکداری باز با رویکرد داده بنیاد در بانک سپه ۴۲۳
رضا امیری نسب راوری ، پرویز سعیدی ، جمادوردی گرگانلی دوجی ، محمد امیرخان
* شناسایی و الویت بندی شاخص های شایستگی مدیران مبتنی بر حکمرانی متعالی (مطالعه موردی: بانک توسعه صادرات ایران) ۴۴۲
غلامرضا رومیانی نژاد ، محمدرضا جابر انصاری ، حجت طاهری گودرزی ، محمد طاهری روزبهانی
* شناسایی و تحلیل ابعاد الگوی پیشگیری از واپس زنی دانش (مطالعه موردی: آموزش و پرورش استان گلستان) ۴۷۷
راحله سادات میرقدرسکی ، روح اله سمیعی ، رافیه نادرخانی
* شناسایی و تدوین روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی در مسابقات و بازاریابی ورزشی ۵۰۵
سیاوش خداپرست ، عظیم صلاحی کجور ، مژگان توکلی
* آسیب‌شناسی توسعه دیجیتال و زوال تکثر فرهنگی؛ واکاوی پادآرمان‌شهری سریال آینه سیاه در پرتو روان‌سیاست بیونگ‌چول هان ۵۵۲
محمدمعین جباری ، علیرضا صیاد
* تبیین مدل توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی با تأکید بر ظرفیت‌های استان گلستان ۵۸۰
محمد احمری ، سید محمدرضا حسینی ، پرویز سعیدی ، سامره شجاعی
* سلامت روان ایرانیان؛ وضعیت مولفه های اجتماعی- اقتصادی در آستانه قرن پانزدهم خورشیدی ۶۱۰
سیدپویا رسولی نژاد
* شناسایی ظرفیت‌های توسعه دریا محور در خلیج‌فارس با تحلیل ماتریس SWOT (مطالعه موردی استان بوشهر) ۶۵۷
حمزه شیخیانی ، مجید قربانی

راهبرد توسعه

سال بیستم و دوم ، شماره ۲ (پیاپی۸۶)، تابستان ۱۴۰۵

Quarterly Journal of

Development Strategy

Vol. 22, No2 (86), Summer, 2026

Identification and strategic analysis of the components of the effective competition model in Iran's banking industry
Mohammad Javad mohagheghnia ، Banafsheh Farhangzadeh ، Vajhollah ghorbanizade ، Moslem peymany

Modeling Return Spillovers among Dollar, Gold, Euro, and Sectoral Indices of the Tehran Stock Exchange: A GARCH Family Approach
rahim novin ، Roya Alomran ، seyyed ali paytakhti oskooe

Designing a model for the applicability of blockchain technology in virtual businesses
Navid Rezagholizadeh ، mehdi Afzali ، Azade PourKabirian

Estimating the Indicators and Components of Globalization on Iran's Economic Growth
Samad mostafavi ، Amirali Farhang ، Ebrahim Abdi

A Socio-Cultural Analysis of ISIS's Violent Behaviors in Contrast with Islamic Jurisprudence and International Law
ALi Jahanibaygoot ، ALi pourmanouchehri ، Seyed Reza Ehsanpour

Assessing Challenges and Barriers to the Development of Water-Based Tourism in Khuzestan Province: A Hierarchical Analysis (AHP) Approach by Water Resource Type (Sea, Wetland, River, and Dam)
Morteza Moradi ، hamid asayesh ، Mahdi Kamali ، Mahdi Zahedgharavi

Development of Business Internationalization, Commercial and Financial Risk, and Capital Structure Reversibility
hosna jahangasht ، Ali Khozein ، mansour garkaz ، Hosein Aryaeinezhad

Investigating the relationship between artificial intelligence and unemployment in selected Middle Eastern countries
Mahbubeh Delfan

Developing Strategies for Enhancing Spatial Justice in Urban Neighborhoods Based on Walkability Analysis (District 2-Tehran Metropolitan Area)
Sayedeh Alemohammad ، Lobat Zebardast ، Hossein Khosravi ، Faeze Agha-Alikhani

A Demographic Examination of Abortion Resulting from Honor Killings in Khuzestan Province
Mohammad Nabhan ، Nader Motie Haghshenas

An Investigation into the Impacts of the COVID-19 Crisis on Tourism Economic Variables: A Case Study of Imamzadeh Saleh, Tehran
mahsa sadat moradi hossein zade ، Meysam Mousaei

Identifying and Analyzing the Dimensions of the Market Development Model Based on Inbound Marketing in Knowledge-Based Companies in Golestan Province
mojgan samiee ، behzad shahrabi ، saeed baghaei

The effect of cause related marketing on consumer purchase intention (case study: DiDi mineral water)
Gholamreza Rasouli ، Abolfazl Khosravi ، Hajar Navidi ، Negin Abbaspour

Designing an Open Banking Model with a Grounded Theory Approach for Sepah Bank
Reza Amiri Nasab Raveri ، Parviz Saeidi ، Jomadoordi Gorganli Davaji ، Mohammad Amirkhan

Identifying and Ranking the Indicators of managers competency based on transcendental governance (Case study: Export Development Bank of Iran)
Gholamreza Rumianinejad ، Mohammad Reza Jaber Ansari ، Hojjat Taheri ، Mohammad Taheri

Identifying and Analyzing the Dimensions of the Knowledge Suppression Prevention Model (Case study: Education in Golestan Province)
raheleh sadat mirfendereski ، roohalla samiee ، raziyeh naderkhani

Identification and Development of Financial Resource Mobilization and Sponsorship Methods in Sports Competitions and Marketing
Siavash Khodaparast ، Azim Salahi Kojour ، Mozhgan Tavakoli

The Pathology of Digital Development and the Erosion of Cultural Diversity: A Dystopian Analysis of Black Mirror via Byung-Chul Han's Psychopolitics
Mohammad Moein Jabbari , Alireza Sayyad

Explaining the Model of Cultural Heritage Tourism Entrepreneurship Development with Emphasis on the Capacities of Golestan Province
mohamad ahmari ، seyed mohammadreza hosseini ، parviz saeedi ، samereh shojaee

Mental Health of Iranians: The Status of Socioeconomic Components on the Eve of the Fifteenth Solar Hijri Century
Seiyed Pouya Rasoulinejad

Identifying the capacities of sea-based development in the Persian Gulf With SWOT matrix analysis (Case study of Bushehr province)
Hamzeh Sheykhiani ، Majid Ghorbani

ISSN1735-2460

بسم الله الرحمن الرحیم



راهبرد توسعه

راهبرد توسعه (راهبرد یاس سابق)/ رتبه علمی: ب

سال بیستم و دوم ، شماره ۲ (پیاپی۸۶)، تابستان ۱۴۰۵

ISSN: ۱۷۳۵ - ۲۴۶۰

- **صاحب امتیاز:** موسسه مرکز پژوهشی مطالعات راهبردی توسعه
- **مدیر مسئول:** دکتر سید مرتضی نبوی
- **سردبیر:** دکتر میثم موسایی
- **مدیر داخلی:** علیرضا تاجریان

- **امتیاز:** رتبه علمی **ب** در سامانه رتبه بندی نشریات علمی (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری)
- **ناشر:** مرکز پژوهشی مطالعات راهبردی توسعه و پژوهشکده تحقیقات راهبردی

- **نشانی:** تهران ـ خیابان فلسطین شمالی ـ پایین‌تر از زرتشت ـ پلاک ۵۵۴ ـ طبقه ۳
کدپستی: ۱۴۱۵۷۵۴۳۹۴– تلفن: ۸۸۹۹۱۱۷۷ – نمابر و سامانه پیام کوتاه: ۰۲۱۸۸۹۹۱۸۰۲

آدرس اینترنتی موسسه: **www.tsrc.ir**
پست الکترونیک: **rahbord.tousee@gmail.com**
سامانه ارسال و پی‌گیری مقالات: **www.rahbord-mag.ir**

این فصلنامه در پایگاه‌های زیر نمایه می شود:

پایگاه استنادی علوم جهان اسلام	www.isc.gov.ir
بانک اطلاعات نشریات کشور	www.magiran.com
سامانه یکپارچه مدیریت نشریات ایران	www.saminatech.ir

- **چاپ:** انتشارات پژوهشکده تحقیقات راهبردی
- **قیمت:** ۳۶۰۰۰۰۰ تومان

سردبیر:

دکتر میثم موسایی: استاد دانشگاه تهران

اعضای گروه دبیران :

- دکتر حسن سبحانی: استاد دانشگاه تهران
- دکتر سید سعید زاهد زاهدانی: دانشیار دانشگاه شیراز
- دکتر حسین عیوضلو: دانشیار دانشگاه امام صادق(ع)
- دکتر محمدرحیم عیوضی: استاد دانشگاه بین‌المللی امام خمینی(ره)
- دکتر منوچهر محمدی: استاد دانشگاه تهران
- دکتر عباس ملکی: دانشیار دانشگاه صنعتی شریف

فصلنامه علمی راهبرد توسعه، مجله‌ای است نظری و تجربی که به مسایل مختلف توسعه در جمهوری اسلامی ایران می‌پردازد و هدف از انتشار آن، زمینه‌سازی برای پیشرفت ایران و دستیابی به اهداف چشم‌انداز بیست ساله است.

راهبرد توسعه مفتخر است که آوردگاه اندیشه‌ها باشد. به همین منظور هیأت تحریریه فصلنامه راهبرد توسعه، از کلیه استادان، صاحب‌نظران و پژوهشگران برای ارسال مقالات علمی و پژوهشی خود جهت چاپ در این فصلنامه، دعوت به عمل می‌آورد.

راهنمای تهیه و ارسال مقالات

خواهشمند است برای ارسال مقاله، به این موارد توجه بفرمایید:

۱- نام و نام خانوادگی، میزان تحصیلات، رتبه علمی، شغل، نشانی، کدپستی، شماره تلفن و پست الکترونیکی خود را در برگه‌ای جداگانه قید و ضمیمه مقاله نماید.۷

۲- حجم مقاله بیش از ۲۰ صفحه و کمتر از ۱۰ صفحه (صفحه ۳۵۰ واژه‌ای) نباشد.

۳- در صورت ارسال مقالات ترجمه شده، تصویر متن اصلی مقاله و فهرست کامل منابع آن (با مشخصات دقیق کتاب‌شناسی) را به همراه ترجمه مقاله ارسال فرمایید.

۴- برای سهولت در ارزیابی و ویرایش، مقاله بر روی کاغذ A۴ و با رعایت فضای مناسب در حاشیه‌ها و میان سطرها، حروف‌چینی شده و یک نسخه پرینت به همراه فایل مربوطه ارسال گردد.

۵- مقاله‌های ارسالی از حیث ساختار لازم است مشتمل بر بخش‌های زیر باشد:

الف- **چکیده**: چکیده‌ای ۲۰۰ تا ۳۰۰ کلمه‌ای به همراه واژگان کلیدی تهیه شود و ترجمه انگلیسی آن نیز ارائه گردد.

ب- **پاورقی‌ها**: توضیحات بیشتر در مورد موضوع، معادل‌های خارجی اسامی و اصطلاحات مبهم و مهجور با عنوان «پاورقی‌ها» در پایین صفحه مربوطه آورده شود.

ج- **منابع**: فهرست منابع فارسی و غیرفارسی در پایان مقاله، به طور جداگانه (در ادامه همدیگر؛ ابتدا منابع فارسی و در ادامه منابع غیر فارسی) به ترتیب حروف الفباء آورده شود:

- *کتاب*: نام خانوادگی، نام نویسنده (سال انتشار)، ***نام کتاب***، نام مترجم، شماره جلد، محل انتشار: نام ناشر، نوبت چاپ.
- *مقاله*: نام خانوادگی، نام نویسنده (سال انتشار)، «عنوان مقاله»، ***نام نشریه***، شماره نشریه.

د- **ارجاعات**: ارجاعات به صورت درون‌متنی پس از نقل مطلب به صورت زیر آورده می‌شود:

- *منابع فارسی*: (نام خانوادگی، سال نشر: شماره صفحه)
- *منابع انگلیسی*: (نام خانوادگی، سال نشر: شماره صفحه)، با این توضیح که در اولین مورد به کاربردن نام خانوادگی، عبارت فارسی نام نویسنده در داخل متن به صورت فوق ذکر شده و به صورت لاتین در پاورقی ذکر می‌گردد.
- در صورت تکرار استفاده، ارجاع به صورت کامل، همانند بار اول، نوشته می‌شود و از کاربرد واژه‌های همان، پیشین و مانند آن خودداری شود.
- چنانچه از نویسنده‌ای در یک سال بیش از یک اثر انتشار یافته باشد، این دو اثر با ذکر حروف الفبایی پس از سال انتشار از یکدیگر متمایز شوند.

۶- راهبرد توسعه در پذیرش یا رد، اصلاح و ویرایش مطالب و نیز نحوه چینش مقالات آزاد است.

۷- ارسال مقاله برای فصلنامه راهبرد توسعه به منزله تعهد نویسنده مبنی بر جدید بودن مطلب و عدم انتشار آن در نشریه دیگری است.

۸- مقالات ارسال شده بازگردانده نمی‌شود.

۹- هرگونه استفاده از مطالب مندرج در این فصنامه با ذکر کامل نام منبع بلامانع است.

فهرست مطالب

*** واکاوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی: یک مطالعه کیفی.....۸**

راضیه خسروانی ، منصور وثوقی ، علی بقایی سرابی ، میثم موسائی

*** شناسایی و تحلیل راهبردی مؤلفه‌های الگوی رقابت مؤثر در صنعت بانکداری ایران.....۳۲**

محمدجواد محقق نیا ، بنفشه فرهنگ زاده ، وجه اله قربانی زاده ، مسلم پیمانی

*** مدل‌سازی سرریز بازده میان دلار، طلا، یورو و شاخص‌های گروهی بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از خانواده GARCH ۶۹**

رحیم نوین ، رویا آل عمران ، سیدعلی پایتختی اسکویی

*** طراحی مدل کاربردپذیری فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی.....۹۷**

نوید رضاقلیزاده ، مهدی افضلی ، آزاده پورکبیریان

*** برآورد شاخص ها و مولفه های جهانی شدن بر رشد اقتصادی ایران.....۱۴۰**

صمد مصطفوی ، امیرعلی فرهنگ ، ابراهیم عبدی

*** بررسی فرهنگی-اجتماعی رفتارهای خشونت‌آمیز داعش در تقابل با فقه اسلامی و حقوق بین‌الملل.....۱۷۴**

علی جهانی بایقوت ، سید علی پورمنوچهری ، سیدرضا احسان‌پور

*** بررسی چالش ها و موانع توسعه گردشگری آبی در استان خوزستان (به تفکیک دریا، تالاب، رودخانه و سدها) با رویکرد تحلیل سلسه مراتبی.....۲۰۲**

مرتضی مرادی ، حمید آسایش ، مهدی کمالی ، مهدی زاهد غروی

*** توسعه بین‌المللی‌سازی کسب و کار، ریسک تجاری و مالی و برگشت‌پذیری ساختار سرمایه.....۲۳۶**

حسنی جهانگشت ، علی خوزین ، منصور گرکز ، حسین آریائی نژاد

*** بررسی رابطه هوش مصنوعی و بیکاری در کشورهای منتخب خاورمیانه.....۲۵۹**

محبوبه دلفان

*** تدوین راهبردهای بهبود عدالت فضایی در محلات شهری بر اساس تحلیل قابلیت پیاده‌روی (منطقه ۲ کلانشهر تهران) ۲۸۳**

سیده آل‌محمد ، لعبت زبردست ، حسین خسروی ، فائزه آقاعلیخانی

*** بررسی جمعیت‌شناختی سقط‌جنین ناشی از قتل‌های‌ناموسی در استان خوزستان.....۳۰۹**

محمد نبهان ، نادر مطیع حق شناس

* واکاوی تاثیرات ناشی از بحران کووید ۱۹ بر متغیرهای اقتصاد گردشگری مطالعه موردی:امام زاده صالح تهران ۳۵۲
مهسا سادات مرادی حسین زاده ، میثم موسائی

* شناسایی و تحلیل ابعاد مدل توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا در شرکت‌های دانش‌بنیان استان گلستان.... ۳۷۶
مژگان سمیعی ، بهزاد شهرابی ، سعید بقایی

* تاثیر بازاریابی خیرخواهانه بر قصد خرید مصرف کننده (مطالعه موردی: آب معدنی دی دی).....۳۹۵
غلامرضا رسولی ، ابوالفضل خسروی ، هاجر نویدی ، نگین عباس پور

* طراحی الگوی بانکداری باز با رویکرد داده بنیاد در بانک سپه.....۴۲۳
رضا امیری نسب راوری ، پرویز سعیدی ، جمادوردی گرگانلی دوجی ، محمد امیرخان

* شناسایی و الویت بندی شاخص های شایستگی مدیران مبتنی بر حکمرانی متعالی (مطالعه موردی: بانک توسعه صادرات ایران) ۴۴۲
غلامرضا رومیانی نژاد ، محمدرضا جابر انصاری ، حجت طاهری گودرزی ، محمد طاهری روزبهانی

* شناسایی و تحلیل ابعاد الگوی پیشگیری از واپس زنی دانش (مطالعه موردی: آموزش و پرورش استان گلستان) ۴۷۷
راحله سادات میرفندرسکی ، روح اله سمیعی ، راضیه نادرخانی

* شناسایی و تدوین روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی در مسابقات و بازاریابی ورزشی.....۵۰۵
سیاوش خداپرست ، عظیم صلاحی کجور ، مژگان توکلی

* آسیب‌شناسی توسعه دیجیتال و زوال تکثر فرهنگی: واکاوی پادآرمان‌شهری سریال آینه سیاه در پرتو روان‌سیاست بیونگ‌چول هان ۵۵۲
محمدمعین جباری ، علیرضا صیاد

* تبیین مدل توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی با تأکید بر ظرفیت‌های استان گلستان.....۵۸۰
محمد احمری ، سید محمدرضا حسینی ، پرویز سعیدی ، سامره شجاعی

* سلامت روان ایرانیان؛ وضعیت مولفه های اجتماعی- اقتصادی در آستانه قرن پانزدهم خورشیدی.....۶۱۰
سیدپویا رسولی نژاد

* شناسایی ظرفیت‌های توسعه دریا محور در خلیج‌فارس با تحلیل ماتریس SWOT (مطالعه موردی استان بوشهر) ۶۵۷
حمزه شیخیانی ، مجید قربانی

چکیده انگلیسی مقاله ها..... ۶۹۱

سخن سردبیر

توسعه، به معنای فرایند شکوفا ساختن استعدادها و ظرفیت‌های بالقوه یک جامعه در حوزه‌های مختلف فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، تاریخی و محیطی از خواسته‌ها و آرمان‌های ملی ما در یکصد و پنجاه سال اخیر بوده و طی این مدت تلاش‌های بسیاری برای نیل به این هدف صورت پذیرفته است. نمونه عینی این تلاش‌ها، اجرای پنج برنامه توسعه قبل از انقلاب و شش برنامه توسعه پس از انقلاب اسلامی است.

علیرغم همه این تلاش‌ها و اجرای برنامه‌های مذکور، طبق شاخص‌های جهانی توسعه، کشور ما در جرگه کشورهای توسعه یافته قرار ندارد، با این وصف سؤالات متعددی برای هر پژوهشگری مطرح می‌شود، از جمله:

۱. چرا علیرغم اجرای برنامه‌های توسعه و علیرغم تلاشهای قابل توجه دولت و جامعه مدنی و ... هنوز جایگاه بایسته ای در توسعه نداریم؟
۲. موانع نیل به توسعه چیست؟
۳. عوامل مؤثر بر فرایند توسعه کدامند؟
۴. آیا عوامل خارجی در عقب ماندگی ما نقش اصلی را ایفا کرده یا عوامل خارجی؟
۵. نقش فرهنگ و باورهای جمعی در نیل به توسعه چه اندازه است؟
۶. آیا جغرافیای ایران می‌تواند نقش تعیین کننده‌ای در نیل به توسعه داشته باشد؟
۷. نقش شخصیت فرهنگی ایرانیان در این میان چه مقدار است؟
۸. آیا جامعه ما خصوصاً نخبگان در مسأله توسعه و مصادیق آن اجماع نظر دارند؟
۹. آیا تا کنون استراتژی مناسبی برای نیل به توسعه همه جانبه اتخاذ شده است؟
۱۰. چه رابطه‌ای بین توسعه و استقلال کشور وجود دارد؟
۱۱. آیا بدون آزادی‌های اجتماعی و سیاسی می‌توان به توسعه رسید؟
۱۲. آیا پتانسیل‌های طبیعی و انسانی در مناطق مختلف کشور به درستی شناسایی شده و مورد استفاده واقع شده است؟
۱۳. تنوع فرهنگی و تاریخی جامعه ما چه اندازه در تداوم وضعیت حاضر نقش داشته است؟
۱۴. و... صدها سؤال دیگر می‌توان بر این سیاهه افزود.

نکته قابل توجه این است که امروزه شرایط جهانی و حساسیت زمان به عنوان دو عامل مهم برای ضرورت حل و فصل مسائل توسعه به مجموعه عوامل جغرافیایی و تاریخی کشور افزوده شده است و این دو عنصر مسئولیت دولت و ملت را صد چندان می‌سازد. فصلنامه راهبرد توسعه، دریچه‌ای است برای نگاه علمی به ابعاد مختلف توسعه در ایران، موانع پیشرو و نقد برنامه‌ها و .... و استفاده از همه ظرفیت نخبگان کشور برای شناخت درست موضوع و ارائه راه حل‌های علمی برای نیل به توسعه همه جانبه.

بر این اساس همه محققان و علاقه‌مندان به توسعه کشور را دعوت میکنیم که نتایج تحقیقات و مطالعات خود را در قالب مقالات علمی برای این فصلنامه ارسال نمایند. انشاءالله جامعه ما از نتایج علمی و عملی آن ها بهره کافی و وافی برگیرد.

دکتر میثم موسایی

مقالات

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ۳۱-۸
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

واکاوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی: یک مطالعه کیفی

راضیه خسروانی[۱]
منصور وثوقی[۲]
علی بقایی سرابی[۳]
میثم موسائی[٤]

(تاریخ دریافت۲۵ /۱۴۰۴/۱ - تاریخ تصویب ۱۴۰۴/۵/۲۵)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
این مطالعه با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی انجام شد. روش انجام پژوهش کیفی و رویکرد پدیدارشناسی بود. جامعه هدف شامل کلیه نوآوران و کارآفرینان روستایی بودند که بعد از انجام مصاحبه با ۱۹ نفر از آن‌ها با روش نمونه‌گیری هدفمند، اشباع نظری حاصل شد. ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه‌ها نیمه‌ساختاریافته بود و تحلیل

[۱]- دانشجوی دکتری جامعه شناسی اقتصاد و توسعه، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
[۲]- استاد جامعه شناسی، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران. vosooghi_mn@yahoo-com
[۳]- استادیار جامعه شناسی، دانشکده علوم انسانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران.
[۴]- استاد برنامه ریزی و توسعه اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

مصاحبه‌ها بر اساس روش پدیدارشناختی توصیفی جورجیو (۲۰۰۹) انجام شد. نتایج نشان داد که تعامل پویا بین عوامل فردی و روانشناختی، اجتماعی و فرهنگی، سیاستی، اقتصادی و مالی، محیطی، زیرساختی و فناوری و آموزشی و ترویجی، کلید توسعه کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی است. در این چارچوب، موفقیت کارآفرینان روستایی نه‌تنها به ویژگی‌های شخصیتی مانند خلاقیت و انگیزه آن‌ها وابسته است، بلکه پذیرش جامعه محلی، دسترسی به منابع مالی، فناوری‌های مناسب، آموزش‌های کاربردی و سیاست‌های حمایتی دولت نیز به‌عنوان عوامل تسهیل‌کننده یا بازدارنده عمل می‌کنند. به‌عبارتی، تلفیق ظرفیت‌های درونی روستاییان با امکانات بیرونی (مانند زیرساخت‌ها، بازارها و مشوق‌های قانونی) می‌تواند اکوسیستمی پایدار برای نوآوری و کارآفرینی روستایی ایجاد کند، در غیر این صورت، نبود هر یک از این مؤلفه‌ها می‌تواند به‌عنوان مانع جدی در مسیر توسعه عمل نماید. با توجه به یافته‌های مطالعه، پیشنهاد می‌شود مراکزی با مشارکت نهادهای دولتی، محلی و بخش خصوصی در مناطق روستایی راه‌اندازی شوند که به‌صورت یکپارچه به تمامی ابعاد مؤثر بر کارآفرینی بپردازند. این مراکز می‌توانند خدمات ترکیبی شامل: آموزش مهارت‌های فنی و کارآفرینی (عامل آموزشی)، مشاوره روان‌شناختی و حمایت اجتماعی، تسهیل دسترسی به منابع مالی و فناوری، پیوند زدن تولیدکنندگان با بازارها و مراکز تحقیقاتی را ارائه دهند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، نوآوری، روستا.

مقدمه

حفظ زندگی روستایی برای دولت‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است؛ زیرا مناطق روستایی نقش حیاتی در تأمین امنیت غذایی، حفظ تنوع زیستی و تعادل اکولوژیک از طریق مدیریت پایدار منابع طبیعی ایفا می‌کنند (مارل[۱] و همکاران، ۲۰۲۲). از منظر اقتصادی، توسعه روستایی می‌تواند به کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای، ایجاد فرصت‌های شغلی در بخش‌هایی مانند کشاورزی،

---

۱ - Merrell, I

گردشگری روستایی و انرژی‌های تجدیدپذیر، و کاهش فشار بر شهرها کمک کند (کویین[۱] و همکاران، ۲۰۲۳). علاوه بر این، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های روستایی، آموزش و بهداشت نه تنها کیفیت زندگی ساکنان روستایی را بهبود می‌بخشد، بلکه تاب‌آوری این جوامع را در برابر چالش‌های جهانی مانند تغییرات اقلیمی و شوک‌های اقتصادی افزایش می‌دهد (جیانگ[۲] و همکاران، ۲۰۲۲). بنابراین، حمایت از زندگی روستایی به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از توسعه پایدار ملی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای دولت‌ها محسوب می‌شود.

در سال‌های اخیر، کاهش جمعیت روستایی به دلیل مجموعه‌ای از عوامل اقتصادی، اجتماعی و محیطی روی داده است. از یک سو، جذب نیروی کار به شهرها به دلیل فرصت‌های شغلی بیشتر، دسترسی بهتر به خدمات آموزشی، بهداشتی و رفاهی، و امکانات زندگی مدرن، مهاجرت از روستاها به شهرها را تشدید کرده است (یو[۳] و همکاران، ۲۰۲۴). از سوی دیگر، چالش‌های اقتصادی مانند درآمد پایین در بخش کشاورزی، نبود زیرساخت‌های مناسب، و محدودیت‌های دسترسی به بازارهای بزرگ، انگیزه ماندن در روستاها را کاهش داده است (بارلاکو[۴] و همکاران، ۲۰۲۲). علاوه بر این، تغییرات اقلیمی و بحران‌های محیطی مانند خشکسالی، سیل و کاهش بهره‌وری زمین‌های کشاورزی، فشار مضاعفی بر زندگی روستایی وارد کرده و منجر به مهاجرت اجباری شده است (سلود وشیلپی[۵]، ۲۰۲۱). این عوامل در کنار یکدیگر، روند کاهش جمعیت روستایی را به عنوان پدیده‌ای جهانی و چندبعدی تبیین می‌کنند.

کاهش جمعیت روستایی چالش‌های متعددی را برای جوامع در سطوح مختلف ایجاد می‌کند. از جنبه اقتصادی، این پدیده منجر به کاهش نیروی کار در بخش کشاورزی و تولید مواد غذایی می‌شود که می‌تواند امنیت غذایی را تهدید کرده و وابستگی به واردات را افزایش دهد (چن[۶] و همکاران، ۲۰۲۱). از نظر اجتماعی، مهاجرت روستاییان به شهرها باعث گسترش حاشیه‌نشینی،

---

۱ - Qin, Q
۲ - Jiang, Q
۳ - Yu, Y
۴ - Burlacu, S
۵ - Selod, H, & Shilpi, F
۶ - Chen, Y

افزایش نابرابری‌های شهری و فشار بر زیرساخت‌های شهری مانند مسکن، حمل‌ونقل و خدمات بهداشتی می‌شود (ماتافوو و مارینوو[۱]، ۲۰۲۲). همچنین، کاهش جمعیت روستایی به فرسایش فرهنگ‌ها و سنت‌های محلی منجر شده و تنوع فرهنگی را تضعیف می‌کند. از منظر محیط زیستی، خالی شدن روستاها می‌تواند مدیریت پایدار منابع طبیعی را با مشکل مواجه کرده و خطر تخریب زمین‌های کشاورزی و جنگل‌ها را افزایش دهد (چاپلیتسکایا[۲] و همکاران، ۲۰۲۴). در نتیجه، این پدیده نه تنها تعادل جمعیتی و اقتصادی را برهم می‌زند؛ بلکه پایداری اجتماعی و محیط زیستی جوامع را نیز به خطر می‌اندازد.

در همین راستا، کارآفرینی به عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی و اجتماعی، می‌تواند نقش کلیدی در بهبود زندگی روستایی ایفا کند. از طریق ایجاد کسب‌وکارهای نوآورانه در بخش‌هایی مانند کشاورزی پیشرفته، صنایع دستی، گردشگری روستایی و انرژی‌های تجدیدپذیر، کارآفرینی فرصت‌های شغلی جدیدی ایجاد کرده و درآمد ساکنان روستایی را افزایش می‌دهد (آگراوال و جوهال[۳]، ۲۰۲۲). این امر نه تنها به کاهش فقر و نابرابری‌های منطقه‌ای کمک می‌کند؛ بلکه با جذب سرمایه‌گذاری و بهبود زیرساخت‌های محلی، کیفیت زندگی را ارتقا می‌بخشد (دیل اولمو-گارسیا[۴] و همکاران، ۲۰۲۳). علاوه بر این، کارآفرینی می‌تواند با تقویت مشارکت جامعه محلی، حفظ فرهنگ و سنت‌های بومی و استفاده پایدار از منابع طبیعی، به پایداری محیط زیستی و اجتماعی منجر شود (سنو و ماندا[۵]، ۲۰۲۲). در نتیجه، کارآفرینی به عنوان یک راهبرد مؤثر، می‌تواند روستاها را به مراکز پویای اقتصادی تبدیل کرده و توسعه متوازن و همه‌جانبه را در مناطق روستایی تسهیل کند.

نوآوری در فعالیت‌های اقتصادی با معرفی فناوری‌ها، روش‌ها و مدل‌های کسب‌وکار جدید، می‌تواند تحول اساسی در توسعه زندگی روستایی ایجاد کند. به‌عنوان مثال، استفاده از فناوری‌های دیجیتال مانند کشاورزی دقیق، پلتفرم‌های تجارت الکترونیک و سیستم‌های مدیریت

---

۱ - Mutafov, E, & Marinov, P

۲ - Chaplitskaya, A

۳ - Aggarwal, M, & Johal, R, K

۴ - del Olmo-García, F

۵ - Senou, M M, & Manda, J

منابع آب، بهره‌وری و سودآوری فعالیت‌های کشاورزی و غیرکشاورزی را افزایش می‌دهد و همکاران، ۲۰۲۲). این نوآوری‌ها همچنین دسترسی روستاییان به بازارهای بزرگتر، خدمات مالی و اطلاعات را بهبود بخشیده و شکاف دیجیتالی بین مناطق شهری و روستایی را کاهش می‌دهند (گامیتو[۲] و همکاران، ۲۰۲۱). علاوه بر این، نوآوری‌های اجتماعی مانند ایجاد تعاونی‌ها و شبکه‌های مشارکتی می‌توانند توانمندسازی جامعه محلی را تقویت کرده و تاب‌آوری اقتصادی روستاها را در برابر شوک‌های خارجی افزایش دهند (پان[۳] و همکاران، ۲۰۲۴). در نتیجه، نوآوری نه تنها به عنوان یک عامل تسریع‌کننده رشد اقتصادی، بلکه به عنوان ابزاری برای ایجاد تحول ساختاری و پایدار در زندگی روستایی عمل می‌کند.

پژوهش در زمینه واکاوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی، از این جهت نوآورانه است که با رویکردی جامع و چندبعدی، به بررسی همزمان چالش‌ها و پتانسیل‌های منحصربه‌فرد مناطق روستایی می‌پردازد. این پژوهش چارچوبی جدید برای درک تعاملات پیچیده بین عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی ارائه می‌دهد. اهمیت و ضرورت انجام این مطالعه در آن است که با شناسایی عوامل مؤثر و فرصت‌های نهفته، می‌تواند به طراحی سیاست‌ها و برنامه‌های هدفمند برای توسعه پایدار روستایی کمک کند. این پژوهش همچنین خلاء اطلاعاتی موجود در ادبیات علمی را پر کرده و با ارائه داده‌های کیفی، درک عمیق‌تری از پویایی‌های کارآفرینی و نوآوری در مناطق روستایی ایجاد می‌کند، که برای محققان، سیاست‌گذاران و فعالان توسعه روستایی ارزشمند است. از این رو، پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی انجام شد.

روش پژوهش

جهت شناسایی عوامل موثر بر کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی از روش کیفی و

---

۱ - Yin, X

۲ - Gamito, T

۳ - Pan, Y

رویکرد پدیدارشناسی استفاده شد. جامعه هدف شامل کلیه نوآوران و کارآفرینان روستایی بودند. اعضای گروه نمونه به شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. در این بخش از مطالعه، برای تعیین حجم نمونه از معیار اشباع داده‌ها استفاده شد. در واقع، بعد از ۱۷ مصاحبه نیمه ساختاریافته با مشارکت‌کنندگان، این نتیجه حاصل شد که داده‌های به دست آمده، تکرار مصاحبه‌های قبلی هستند. برای اطمینان بیشتر جهت اشباع داده‌ها، دو مصاحبه تکمیلی دیگر انجام شد که مجدداً داده‌ها تکرار مصاحبه‌های قبلی بودند. در این مرحله، فرآیند نمونه‌گیری به اتمام رسید. در نتیجه، حجم نمونه نهایی ۱۹ نفر بود. به منظور شناسایی کارآفرینان و نوآوران روستایی، ابتدا به اداره جهاد کشاورزی و اداره صنعت، معدن و تجارت شهرستان نظرآباد مراجعه شد و سپس، افراد واجد شرایط جهت مصاحبه (اعم از کارآفرینان و نوآوران روستایی) شناسایی شدند. به منظور دعوت از افراد واجد شرایط جهت شرکت در مطالعه، مصاحبه‌کننده اهداف مطالعه را برای افراد واجد شرایط تا حدی که موجب ایجاد سؤگیری نشود، توضیح می‌داد. جهت انجام مصاحبه به روستاهای محل سکونت کارآفرینان یا نوآوران مراجعه شد.

در صورتی که افراد نمونه مشکلی با اهداف مطالعه و انجام مصاحبه نداشتند، مصاحبه انجام می‌شد و چنانچه محدودیت زمانی وجود داشت، تاریخ مشخصی برای انجام مصاحبه در نظر گرفته می‌شد. زمان مصاحبه کاملاً مطابق با برنامه و زمان‌های فراغت افراد نمونه تنظیم می‌شد. افراد نمونه در بیان نظرات و تجربیات خود آزاد بودند و صرفاً مصاحبه‌گر مسیر درست بحث را هدایت می‌کرد تا بحث از مسیر خود که همانا به دست آوردن اطلاعات در مورد موضوع مورد مطالعه بود، خارج نشود. قبل از انجام مصاحبه، برای ضبط مکالمات از افراد نمونه اجازه گرفته می‌شد.. مصاحبه‌ها در یک بازه زمانی دو هفته‌ای انجام شد و معمولاً هر مصاحبه بین ۲۰ الی ۴۰ دقیقه طول می‌کشید. سوالات مصاحبه به گونه‌ای مطرح شد که رشته گفتگو در مصاحبه قطع نشود؛ اما به هنگام سرد شدن گفتگو یا صحبت کردن درباره موضوعات نامرتبط با اهداف پژوهش، محقق گفتگوها را هدایت می‌کرد. یادداشت برداری در مرحله اول از اطلاعات جمعیت‌شناختی و پایه افراد نمونه انجام شد. به این منظور، ابتدا چک لیستی از اطلاعات مورد نیاز برای شناخت اولیه افراد نمونه طراحی شد و بعد از کسب اجازه و جلب رضایت نمونه‌ها، تکمیل می‌شد.

مصاحبه نیمه‌ساختار یافته به افراد نمونه اجازه می‌داد در راستای سؤال مطرح شده، آزادانه به

توصیف تجربه‌های خود بپردازند. طرح سؤالات مصاحبه نیمه ساختار یافته به توصیف منسجم و جامع تجربه زیسته افراد نمونه انجامید و سرانجام به درکی روشن از تجربه‌های افراد کارآفرین و نوآور منجر شد. هدف از مصاحبه نیمه ساختاریافته شناسایی ادراک افراد مصرف کننده از عوامل موثر بر کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی آنان بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس مفاهیمی صورت گرفت که در جریان کدگذاری شناسایی شدند. در جریان کدگذاری، داده‌ها به واحدهای کوچک‌تر تجزیه یا شکسته شدند و در گام بعد، از این واحدها مفهوم‌سازی صورت گرفت. مبنای تحلیل داده‌ها، بر اساس روش پدیدارشناختی توصیفی جورجیو[۱] (۲۰۰۹) انجام شد. منظور اعتباریابی، تناسب و شایستگی اعتمادّ ملاحظات ذیل مدنظر قرار گرفت: ۱) تجربه‌های افراد نمونه تا حد امکان به طور کامل (جدا از دانش نظری آنان از موضوع تحت مطالعه) ثبت و ضبط شده اند، ۲) تجربه زیسته افراد کارآفرین و نوآور به صورت جامع و مفصل توصیف شد. ۳) بخشی از مصاحبه‌ها برای محقق ثانویه جهت آزمون تشخیص انتقادی ارسال شد. ۴) در طول انجام پژوهش از بازخورد دو متخصص علوم اجتماعی استفاده شد. به منظور رعایت ملاحظات اخلاقی، از کلیه نمونه‌های بخش کیفی، رضایت آگاهانه اخذ شد. لازم به ذکر است اطلاعاتی در زمینه هدف و روش اجرای پژوهش و مدت زمان انجام پژوهش به میزانی که موجب سوگیری نشود، به افراد نمونه ارائه و به سؤالات آنان پاسخ‌های قانع کننده داده شد. هرگونه یادداشت‌برداری و مصاحبه با کسب اجازه از افراد نمونه انجام می‌شد. به کلیه مراجعین اطمینان داده شد که مشخصات آن‌ها در هر نوع گزارشی از این مطالعه (پایان‌نامه یا مقاله)، به صورت اختصاری و بدون درج مشخصات هویتی آن‌ها ارائه خواهد شد.

یافته‌های پژوهش

در این مطالعه با ۱۹ نفر از نوآوران و کارآفرینان روستایی مصاحبه شد. از متن مصاحبه‌ها، ۵ مضمون هسته‌ای، ۲۴ مضمون اصلی، ۵۲ مضمون فرعی و ۱۰۹ گزاره استخراج شد. تحلیل مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که تعامل پویا بین عوامل فردی و روانشناختی، اجتماعی و فرهنگی،

---

[۱] - Giorgio G

سیاستی، اقتصادی و مالی، محیطی، زیرساختی و فناوری و آموزشی و ترویجی، کلید توسعه کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی است. در این چارچوب، موفقیت کارآفرینان روستایی نه‌تنها به ویژگی‌های شخصیتی مانند خلاقیت و انگیزه آن‌ها وابسته است، بلکه پذیرش جامعه محلی، دسترسی به منابع مالی، فناوری‌های مناسب، آموزش‌های کاربردی و سیاست‌های حمایتی دولت نیز به‌عنوان عوامل تسهیل‌کننده یا بازدارنده عمل می‌کنند. به‌عبارتی، تلفیق ظرفیت‌های درونی روستاییان با امکانات بیرونی (مانند زیرساخت‌ها، بازارها و مشوق‌های قانونی) می‌تواند اکوسیستمی پایدار برای نوآوری و کارآفرینی روستایی ایجاد کند، در غیر این صورت، نبود هر یک از این مؤلفه‌ها می‌تواند به‌عنوان مانع جدی در مسیر توسعه عمل نماید.

جدول (۱) - مضمون هسته‌ای عوامل فردی و روان‌شناختی مؤثر بر کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی

مضمون اصلی	مضمون فرعی	گزاره نمونه
ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان	ریسک‌پذیری (۳)	اگه جرئت نداشته باشی و از ترس شکست، پاتو از گِل بیرون نکشی، هیچوقت نمیتونی تو روستا یه کسبوکار نو راه بندازی و پیشرفت کنی
	خلاقیت (۴)	روستا که شهر نیست؛ همیشه باید فکر نو بذاری تا از همین چیزهای ساده، کسبوکاری درآمدزا بسازی
	انگیزه پیشرفت (۲)	تا دلتو به دریا نزنی و نخوای از این زندگی یه پله بالاتر بری، همون کشک و دوغ قدیمی رو میخوری... اما با همت میشه از همون شیر، پنیر گرونقیمت صادراتی درآورد
	پشتکار (۴)	روستایی که میخواد پیشرفت کنه، باید مثل گاوآهن تو زمین سفت، با صبر و پشتکار جلو بره - یه روزه نه جو درمیاد، نه کارآفرینی ریشه میگیره
مهارت‌ها و دانش فنی	آگاهی از فناوری‌های جدید (۲)	اگه همین تراکتور قدیمی رو با **GPS** و سیستم هوشمند مجهز نکنی، همیشه پشت سر همسایه میمونی... فناوری جدید همون کودی هست که کسبوکار روستایی رو بارور میکنه.
	مدیریت کسب‌وکار (۳)	میشه با یه گله گوسفند هم ورشکست شد، میشه با یه گونی گردو هم پولدار شد... کلیدش تو دستای کسیه که بلده چطور کسب و کار رو بچرخونه
	بازاریابی (۱)	اگه محصولت رو تو روستا بفروشی، نون شب هم گیرت نمیاد! ولی با بازاریابی درست، میتونی از همین عسل محلت تو بازارهای مختلف مشتری پیدا کنی
نگرش و باورهای فردی	اعتمادبه‌نفس (۲)	اگه باور نداشته باشی که محصول دسترنجت بهترینه، حتی همسایهات هم ازت نخواهد خرید... اما با اعتمادبهنفس میتونی پایههای یه امپراتوری روستایی رو بسازی
	باور به توانایی خود در ایجاد تغییر (۲)	وقتی باورت بشه که حتی یه روستایی ساده مثل من میتونه تحول ایجاد کنه، اونوقت نه فقط محصولات، بلکه سرنوشت کل روستا رو هم میتونی عوض کنی
تجربیات و سوابق شغلی	سابقه کار در حوزه‌های مرتبط (۱)	۲۰ سال گاوچَرَنی کردم تا الان بتونم بهترین گاوداری صنعتی روستا رو راه بندازم. این تجربه‌ها چراغ راهم شدن.
	آشنایی با بازار (۲)	اگه ندونی مردم شهر چه جور محصولاتی میخوان، همون گردوی درجه یکت رو هم با قیمت نون خرمایی میفروشی... ولی با شناخت بازار میشه سود کلان برد.

اولین مضمون هسته‌ای، عوامل فردی و روانشناختی بود که از ۴ مضمون اصلی (ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، مهارت‌ها و دانش فنی، نگرش و باورهای فردی و تجربیات و سوابق شغلی)، ۱۱ مضمون فرعی (ریسک‌پذیری، خلاقیت، انگیزه پیشرفت، پشتکار، آگاهی از فناوری‌های جدید، مدیریت کسب‌وکار، بازاریابی، اعتمادبه‌نفس، باور به توانایی خود در ایجاد تغییر، سابقه کار در حوزه‌های مرتبط و آشنایی با بازار) و ۲۶ گزاره تشکیل شد. جزئیات اولین مضمون هسته‌ای در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول (۲)- مضمون هسته‌ای عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی

مضمون اصلی	مضمون فرعی	گزاره نمونه
فرهنگ کارآفرینی در جامعه روستایی	ارزش‌گذاری به نوآوری (۲)	با فکر نو، از همین محصولات ساده روستامون میشه درآمدهای بزرگ ساخت.
	پذیرش ایده‌های جدید (۴)	وقتی به ایده‌های تازه میدان بدیم، حتی سنتی‌ترین کارهای روستایی هم می‌تونن به کسب‌وکارهای پرسود تبدیل بشن.
شبکه‌های اجتماعی و تعاونی‌ها	همکاری بین روستاییان (۲)	با همکاری هم توی روستا، از یه گونی گندم می‌تونیم یه کارگاه آرد و نان محلی راه بندازیم و سودش رو تقسیم کنیم.
	تشکل‌های محلی (۱)	وقتی توی تعاونی روستایی جمع بشیم، می‌تونیم محصولاتمون رو با قیمت بهتر بفروشیم و از سودش مدرسه و جاده بسازیم.
سنت‌ها و باورهای محلی	میزان انعطاف پذیری در برابر تغییر (۲)	اگه انعطاف داشته باشیم، هم با خشکسالی کنار میایم و هم از بارون فرصت‌های تازه می‌سازیم.
	انعطاف‌پذیری فرهنگی (۱)	اگه سنت‌هامون رو با فکرهای نو قاطی کنیم، هم اصالتمون میمونه هم پول بیشتری به جیب میزنیم.
حمایت خانواده و جامعه محلی	تشویق به نوآوری (۳)	وقتی به جوانای روستا میگیم «جرأت کن، ایده جدیدتو امتحان کن»، از همون کشاورزی ساده هم کسبوکارهای نو میزنه بیرون.
	پذیرش محصولات و خدمات جدید (۲)	وقتی روستاییا به جای سنتی‌فروشی، مربای انجیر با طعم‌های جدید درست کنن، توی شهرها مشتری‌پسند میشه و سودش چندبرابره.

دومین مضمون هسته‌ای، عوامل اجتماعی و فرهنگی بود که از ۴ مضمون اصلی (فرهنگ کارآفرینی در جامعه روستایی، شبکه‌های اجتماعی و تعاونی‌ها، سنت‌ها و باورهای محلی و

حمایت خانواده و جامعه محلی)، ۸ مضمون فرعی (ارزش‌گذاری به نوآوری، پذیرش ایده‌های جدید، همکاری بین روستاییان، تشکل‌های محلی، میزان انعطاف پذیری در برابر تغییر، انعطاف‌پذیری فرهنگی، تشویق به نوآوری، پذیرش محصولات و خدمات جدید) و ۱۷ گزاره تشکیل شد. جزئیات دومین مضمون هسته‌ای در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول (۳)- مضمون هسته‌ای عوامل سیاستی، اقتصادی و مالی مؤثر بر کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی

مضمون اصلی	مضمون فرعی	گزاره نمونه
سیاست‌های حمایتی دولت	معافیت‌های مالیاتی (۲)	با معافیت مالیاتی، پولی که قبلا می‌رفت مالیات، حالا می‌شه سرمایه برای خرید دستگاه‌های جدید و گسترش کارمون.
	یارانه‌های تولید (۳)	با کمک یارانه تولید، هم سودمون بیشتر میشه هم میتونیم محصولات جدیدتری به بازار معرفی کنیم.
قوانین و مقررات تسهیل‌کننده	ثبت آسان کسب‌وکار (۲)	وقتی ثبت کسب‌وکار توی روستا آسون بشه، هممون می‌تونیم رسمی کار کنیم و از وام‌ها و حمایت‌ها استفاده کنیم.
	حمایت از حقوق مالکیت فکری (۱)	وقتی دولت از ایده‌ها و محصولات منحصر به فردمون حمایت کنه، دیگه نگران دزدیده شدن نوآوری‌هامون نیستیم و با انگیزه بیشتری کار می‌کنیم.
نقش سازمان‌های دولتی و غیردولتی	جهاد کشاورزی (۲)	با آموزش‌ها و نهال‌های رایگان جهاد کشاورزی، باغداری که قبلاً ضرر می‌داد، حالا به صرفه شده و محصولاتم به شهرها هم صادر میشه.
	تعاونی‌ها (۱)	با عضویت در تعاونی روستا، هم محصولاتمون رو با قیمت بهتر میفروشیم و هم ماشین‌آلات مدرن میخریم که کار رو آسونتر کنه.
	سازمان‌های مردم نهاد (۲)	وقتی دوستان در قالب سازمان های مردم نهاد میان بهمون آموزش میدن، از همون محصولات قدیمی روستا میتونیم کسبوکارهای نو راه بندازیم و درآمدمون رو چندبرابر کنیم.
برنامه‌های توسعه روستایی	طرح‌های هادی روستایی (۳)	از وقتی طرح هادی روستا اجرا شد، هم جادهها بهتر شدن و هم توریستها میان، که این یعنی فرصتهای جدید برای کار و درآمد.
	پروژه‌های اشتغالزایی (۲)	با اجرای پروژه‌های اشتغال‌زایی، جوونا دیگه مجبور نیستن به

		شهرها برن؛ همونجا تو روستا می‌تونن با کارهای نوپا درآمد داشته باشن.
دسترسی به سرمایه و تسهیلات مالی	وام‌های کم‌بهره (۲)	با وام کم بهره، تونستم دستگاه خشک‌کن میوه بخرم و از محصولات باغم به جای فروش ارزان، مربا و لواشک درست کنم که سودش سه برابره.
	اعتبارات خرد (۲)	با وام‌های کوچک اعتباری، خانم‌های روستا هم می‌تونن از پرورش مرغ محلی، یک کسب‌وکار خانگی پررونق راه بندازن.
	صندوق‌های روستایی (۳)	با پس‌اندازهای کوچیکمون توی صندوق روستایی، حالا می‌تونیم برای خرید دستگاه بسته‌بندی عسل وام بگیریم و محصولاتمون رو با برند خودمون بفروشیم.
بازارهای محلی و فرامحلی	تقاضا برای محصولات روستایی (۳)	وقتی مردم شهرها محصولات طبیعی روستا رو میپسندن، ما انگیزه پیدا میکنیم باکیفیت‌تر تولید کنیم و حتی محصولات جدید اختراع کنیم.
	امکان صادرات (۲)	وقتی محصولات محلی‌مون به خارج از کشور میرن، انگیزه‌مون برای تولید باکیفیت‌تر و نوآوری بیشتر میشه و درآمد روستا هم چندبرابره.
قیمت‌گذاری و سودآوری محصولات	رقابت‌پذیری (۱)	رقابت با محصولات شهرها و روستاهای دیگه، وادارمون میکنه هم کیفیت کارمون رو بالا ببریم هم قیمت‌هامون رو مناسب‌تر کنیم.
	ارزش افزوده تولیدات (۱)	وقتی از شیر گوسفندمون پنیر محلی درست می‌کنیم، به جای لیتری ۵ هزار تومن، کیلویی ۱۵۰ هزار تومن می‌فروشیم – این همون راز پولدار شدنِ روستاییه.

سومین مضمون هسته‌ای، عوامل سیاستی، اقتصادی و مالی بود که از ۷ مضمون اصلی (سیاست‌های حمایتی دولت، قوانین و مقررات تسهیل‌کننده، نقش سازمان‌های دولتی و غیردولتی، برنامه‌های توسعه روستایی، دسترسی به سرمایه و تسهیلات مالی، بازارهای محلی و فرامحلی و قیمت‌گذاری و سودآوری محصولات)، ۱۶ مضمون فرعی (معافیت‌های مالیاتی، یارانه‌های تولید، ثبت آسان کسب‌وکار، حمایت از حقوق مالکیت فکری، جهاد کشاورزی، تعاونی‌ها، سازمان‌های مردم نهاد، طرح‌های هادی روستایی، پروژه‌های اشتغالزایی، وام‌های

کم‌بهره، اعتبارات خرد، صندوق‌های روستایی، تقاضا برای محصولات روستایی، امکان صادرات، رقابت‌پذیری و ارزش افزوده تولیدات) و ۲۳ گزاره تشکیل شد. جزئیات سومین مضمون هسته‌ای در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول (٤)- مضمون هسته‌ای عوامل محیطی، زیرساختی و فناوری مؤثر بر کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی

مضمون اصلی	مضمون فرعی	گزاره نمونه
منابع طبیعی و آب‌وهوا	حاصلخیزی خاک (۳)	همین خاک حاصلخیز روستامون که گندمش سه برابر جاهای دیگه محصول میده، بزرگترین ثروت ماست و با همین می‌تونیم بهترین نان منطقه رو تولید کنیم.
	شرایط اقلیمی مناسب (۲)	آب و هوای خوب روستامون باعث شده انجیرمون اینقدر شیرین بشه که همه بازارهای شهرها دنبالش باشن
دسترسی به فناوری اطلاعات	تجارت الکترونیک (۲)	با اینترنت و فروش آنلاین، حالا عسل روستامون مستقیم از کندور به دست مشتری تو شهر میرسه و سودمون دوبرابره.
	بازاریابی دیجیتال (۱)	با یه گوشی ساده و اینترنت، می‌تونیم محصولات روستامون رو به همه ایران معرفی کنیم و مشتری‌هایی پیدا کنیم که حاضرن قیمت بالاتر بپردازن.
امکان استفاده از ماشین‌آلات و فناوری‌های نوین کشاورزی	کشاورزی هوشمند (۲)	با سنسورهای هوشمند و آبیاری اتوماتیک، هم آب کمتری هدر میدیم هم محصولاتمون سه برابر بیشتر شده.
	آبیاری مکانیزه (۱)	با آبیاری قطره‌ای، هم آب کمتری مصرف می‌کنیم هم محصولاتمون سالم‌تر و پربارتر میشن و سودمون دوبرابره.

چهارمین مضمون هسته‌ای، عوامل محیطی، زیرساختی و فناوری بود که از ۳ مضمون اصلی (منابع طبیعی و آب‌وهوا، دسترسی به فناوری اطلاعات و امکان استفاده از ماشین‌آلات و فناوری‌های نوین کشاورزی)، ۶ مضمون فرعی (حاصلخیزی خاک، شرایط اقلیمی مناسب، تجارت الکترونیک، بازاریابی دیجیتال، کشاورزی هوشمند و آبیاری مکانیزه) و ۱۱ گزاره تشکیل شد. جزئیات چهارمین مضمون هسته‌ای در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول (۵)- مضمون هسته‌ای عوامل آموزشی و ترویجی مؤثر بر کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی

مضمون اصلی	مضمون فرعی	گزاره نمونه
دوره‌های آموزشی کارآفرینی و مهارت‌آموزی	آموزش‌های فنی‌وحرفه‌ای (۶)	با آموزش‌های فنی، همون گلی که قبلاً فقط کاسه می‌ساختیم رو حالا به ظروف سفالی لوکس تبدیل می‌کنیم و توی شهرها می‌فروشیم.
	مدیریت کسب‌وکار (۳)	وقتی حساب و کتاب کارمون رو یاد گرفتیم، هم سودمون بیشتر شد هم تونستیم محصولات جدید به بازار معرفی کنیم.
خدمات مشاوره‌ای و راهنمایی	مشاوره مالی، بازاریابی و فنی (۲)	تا مشاور نیومده بود، نمیدونستیم قیمت گذاری محصولاتمون اشتباهه یا چطور بسته‌بندی جذاب درست کنیم. حالا با راهنمایی‌هاش، محصولاتمون برند شده.
تبادل تجربیات با دیگر مناطق	بازدید از مناطق موفق (۳)	وقتی دیدیم تو روستای همسایه چطور از گل‌های وحشی مربا درست می‌کنن، ایده گرفتم و از گیاهان دارویی منطقه خودمون شربتهای درمانی تولید کردیم.
	الگوبرداری از سایر کارآفرینان (۴)	دیدی فلان روستا با پرورش بلدرچین پول پارو میکنه؟ ما هم میتونیم همین کار رو با شرایط ویژه روستامون انجام بدیم.
آگاهی از قوانین و مقررات حمایتی	شناخت یارانه‌ها (۱)	وقتی فهمیدم دولت برای خرید دستگاه خشک‌کن میوه یارانه میده، تونستم کارگاه کوچیکم رو راه بندازم و میوه‌های اضافه رو به میوه خشک پرسود تبدیل کنم.
	بیمه محصولات (۲)	از وقتی محصولاتمون رو بیمه کردیم، دیگه نگران خشکسالی و تگرگ نیستیم و با خیال راحت سرمایه‌گذاری می‌کنیم.
همکاری با مراکز علمی و پژوهشی	همکاری با دانشگاه‌ها و پژوهشکده‌ها (۲)	با کمک دانشجویان کشاورزی دانشگاه، تونستیم از ضایعات باغیمون کمپوست درست کنیم که هم هزینه‌هامون کم شد هم محصولات ارگانیک پرورش دادیم.
دسترسی به اطلاعات بازار	نیازهای مصرف‌کنندگان (۳)	وقتی فهمیدیم شهرنشینا دنبال محصولات ارگانیک هستن، کشت سنتی رو عوض کردیم و حالا میوه‌هامون رو سه برابر قیمت می‌فروشیم.
	فروش آنلاین (۴)	با یه گوشی هوشمند و اینترنت، حالا می‌تونم عسل طبیعی روستام رو مستقیماً به مشتری تهرانی بفروشم و سه برابر قیمت محلی سود ببرم.
	راه‌اندازی بازارچه‌های محلی (۲)	بازارچه محلی که راه افتاد، نه‌تنها محصولاتمون رو جل در و همسایه می‌فروشیم، بلکه توریست‌ها هم از شهر میان و کالای دست‌سازمون رو با قیمت بهتر می‌خرن.

پنجمین مضمون هسته‌ای، عوامل آموزشی و ترویجی بود که از ۶ مضمون اصلی (دوره‌های آموزشی کارآفرینی و مهارت‌آموزی، خدمات مشاوره‌ای و راهنمایی، تبادل تجربیات با دیگر مناطق، آگاهی از قوانین و مقررات حمایتی، همکاری با مراکز علمی و پژوهشی و دسترسی به اطلاعات بازار)، ۱۱ مضمون فرعی (آموزش‌های فنی‌وحرفه‌ای، مدیریت کسب‌وکار، مشاوره مالی، بازاریابی و فنی، بازدید از مناطق موفق، الگوبرداری از سایر کارآفرینان، شناخت یارانه‌ها، بیمه محصولات، همکاری با دانشگاه‌ها و پژوهشکده‌ها، نیازهای مصرف‌کنندگان، فروش آنلاین و راه‌اندازی بازارچه‌های محلی) و ۳۲ گزاره تشکیل شد. جزئیات پنجمین مضمون هسته‌ای در جدول ۵ ارائه شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

این مطالعه با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی انجام شد. نتایج نشان داد که تعامل پویا بین عوامل فردی و روانشناختی، اجتماعی و فرهنگی، سیاستی، اقتصادی و مالی، محیطی، زیرساختی و فناوری و آموزشی و ترویجی، کلید توسعه کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی است. همسو با این یافته‌ها، خنجری و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی نشان دادند دسترسی به بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی به مصرف کنندگان، ایجاد و توسعه نهادها و سازمان های محلی مرتبط با کارآفرینی، سرمایه گذاری در خدمات آموزشی، ترویجی و اطلاع رسانی، دسترسی به اعتبارات بانکی و تسهیلات دولتی در آینده توسعه کارآفرینی روستایی تاثیرگذار هستند. کریمی عمله و فاطمی (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای دریافتند روحیه کارآفرینی، سطح تحصیلات، بهره مندی از آموزش های کارآفرینی، مهارت در تدوین طرح تجاری، سیاست های حمایتی دولت، فضای کسب وکار، گرایش کارآفرینانه و شبکه سازی اجتماعی و سازمانی، عواملی هستند که به طور مستقیم بر توسعه ی فعالیت های کارآفرینی زنان عضو تاثیر دارند.

فراهانی و جهانسوزی (۱۳۹۸) به این نتیجه رسیدند از بین عامل های هفت گانه شناخته شده، اثر گذارترین عامل از لحاظ کار آفرینی کشاورزی در محدوده ی مورد مطالعه مربوط به عامل اقتصادی و کمترین اثر گذاری مربوط به عامل دسترسی به زیرساخت های فیزکی است. یاری

بیگی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی نشان داد عوامل اقتصادی، روانشناختی، مدیریتی، تکنولوژیکی، آموزشی- ترویجی، سیاستگذاری و عوامل اجتماعی- فرهنگی در توسعه اکوسیستم کارآفرینی در تعاونی های زنان روستایی از اهمیت بالایی برخوردارند. دربان آستانه و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی دریافتند که ویژگی های فردی و خانوادگی و شاخص آموزش و پژوهش نقش مهمی به عنوان شاخص های ساختاری نوآوری روستایی داشتند. ژانگ[۱] و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی نشان دادند راهنمایی دولت و مشارکت روستاییان، کارآفرینی و روحیه اشتراکی، جهت گیری سازگار با محیط زیست و ادغام صنعتی در توسعه کارآفرینی روستاییان از طریق توریسم تأثیرگذار است. راجش اوباله[۲] (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای نشان داد عدم آموزش، مشکلات مالی، عدم توانایی فنی و مفهومی کافی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی هندوستان را با مشکل مواجه می‌سازد.

در تبیین نقش عوامل فردی و روانشناختی در توسعه کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی می‌توان اظهار داشت عوامل فردی و روانشناختی نقش محوری در توسعه کارآفرینی و نوآوری در فعالیت‌های اقتصادی روستایی ایفا می‌کنند. ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، مانند ریسک‌پذیری، خلاقیت، انعطاف‌پذیری و خودکارآمدی، زمینه‌ساز شناسایی فرصت‌های جدید و تبدیل چالش‌ها به مزیت‌های رقابتی می‌شود. مهارت‌ها و دانش فنی نیز با توانمندسازی روستاییان در به‌کارگیری فناوری‌های نوین و روش‌های بهینه تولید، به افزایش بهره‌وری و تنوع‌بخشی به محصولات و خدمات منجر می‌شود. این عوامل در کنار نگرش مثبت به تغییر و باور به امکان‌پذیری موفقیت، انگیزه لازم برای اقدامات کارآفرینانه را تقویت می‌کند (ناسوشن[۳] و همکاران، ۲۰۲۴). تجربیات و سوابق شغلی گذشته نیز به عنوان سرمایه‌ای انسانی، درک بهتری از نیازهای بازار و شیوه‌های مدیریت منابع محدود روستایی ارائه می‌دهد. ترکیب این تجربیات با نوآوری‌های محلی می‌تواند مدل‌های کسب‌وکار پایدار و متناسب با بافت فرهنگی-اقتصادی روستاها را توسعه دهد. به‌ویژه، کارآفرینانی که از درون جامعه روستایی برخاسته‌اند، با آگاهی از

۱- Zhang, C, H

۲- Ubale, R

۳ - Nasution, M

چالش‌های خاص منطقه، راه‌حل‌های کاربردی‌تری طراحی می‌کنند (سانتوز[۱] و همکاران، ۲۰۲۴). بنابراین، تقویت این عوامل فردی از طریق آموزش‌های تخصصی، مشاوره روانشناختی و شبکه‌سازی می‌تواند ظرفیت‌های نهفته روستاها را برای کارآفرینی و نوآوری فعال سازد و به توسعه اقتصادی پایدار منجر شود

در تبیین نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی در توسعه کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی به نظر می‌رسد عوامل اجتماعی و فرهنگی نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه کارآفرینی و نوآوری در جوامع روستایی ایفا می‌کنند. فرهنگ کارآفرینی در جامعه روستایی، که شامل ارزش‌گذاری بر خلاقیت، استقلال اقتصادی و پذیرش ریسک‌های حساب‌شده است، می‌تواند بستری مساعد برای ظهور کسب‌وکارهای نوپا فراهم کند. شبکه‌های اجتماعی و تعاونی‌ها نیز با تسهیل تبادل اطلاعات، دسترسی به منابع مالی و فنی، و ایجاد همکاری‌های جمعی، هزینه‌های ورود به فعالیت‌های اقتصادی را کاهش داده و پایداری کسب‌وکارها را افزایش می‌دهند. علاوه بر این، سنت‌ها و باورهای محلی در صورت هدایت صحیح می‌توانند به عنوان مزیت رقابتی عمل کنند؛ برای مثال، صنایع دستی یا محصولات کشاورزی منحصربه‌فرد بر اساس دانش بومی، قابلیت تجاری‌سازی در بازارهای گسترده‌تر را دارند (گیوا و باباکاتون[۲]، ۲۰۱۹). حمایت خانواده و جامعه محلی نیز از طریق تقویت انگیزه‌های روانی‌اجتماعی و تأمین سرمایه‌های اولیه، نقش حیاتی در موفقیت کارآفرینان روستایی ایفا می‌کند. این حمایت‌ها نه‌تنها موجب کاهش ترس از شکست می‌شود، بلکه مشروعیت اجتماعی لازم برای پذیرش نوآوری‌ها را فراهم می‌سازد. در عین حال، تعامل بین نهادهای محلی و کارآفرینان می‌تواند منجر به توسعه مدل‌های اقتصادی ترکیبی شود که همسو با ارزش‌های فرهنگی و نیازهای جامعه باشد (دائولتووا و البوسعیدی[۳]، ۲۰۲۴). بنابراین، تلفیق هوشمندانه عوامل اجتماعی و فرهنگی با راهبردهای توسعه اقتصادی می‌تواند ظرفیت‌های نهفته جوامع روستایی را آزاد کند و به رشد پایدار و همه‌جانبه منجر شود.

---

۱ - Santos, G, M

۲ - Giwa, A, H-, & Babakatun, A

۳ - Dauletova, V, & Al-Busaidi, A, S

در تبیین نقش عوامل سیاستی، اقتصادی و مالی در توسعه کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی باید بیان داشت عوامل سیاستی، اقتصادی و مالی نقش حیاتی در تسهیل توسعه کارآفرینی و نوآوری در جوامع روستایی ایفا می‌کنند. سیاست‌های حمایتی دولت، نظیر معافیت‌های مالیاتی، یارانه‌های هدفمند، و تسهیل قوانین کسب‌وکار، می‌توانند انگیزه و امکان راه‌اندازی فعالیت‌های اقتصادی نوپا را افزایش دهند. برنامه‌های توسعه روستایی که بر بهبود زیرساخت‌ها، آموزش مهارت‌های فنی و ترویج فناوری‌های نوین تمرکز دارند، بستر لازم برای رشد کسب‌وکارهای پایدار را فراهم می‌کنند. همچنین، دسترسی به سرمایه و تسهیلات مالی از طریق نهادهای اعتباری و صندوق‌های خرد، امکان تأمین منابع اولیه و گسترش فعالیت‌های تولیدی را برای روستاییان تسهیل می‌کند. این عوامل در کنار قیمت‌گذاری عادلانه و سودآوری محصولات، انگیزه اقتصادی لازم برای ورود به عرصه کارآفرینی را تقویت می‌نماید (دیل اولمو-گارسیا[۱] و همکاران، ۲۰۲۳). علاوه بر این، نقش سازمان‌های دولتی و غیردولتی در ارائه خدمات مشاوره‌ای، فنی و بازاریابی می‌تواند شکاف دانش و مهارت روستاییان را کاهش دهد. ایجاد بازارهای محلی و فرامحلی، از طریق توسعه زنجیره‌های تأمین و تقویت ارتباط با بازارهای بزرگتر، امکان فروش محصولات با ارزش افزوده بالاتر را فراهم می‌آورد. قوانین و مقررات تسهیل‌کننده، نظیر کاهش بوروکراسی اداری و حمایت از حقوق مالکیت فکری، نیز به کاهش موانع ورود و رونق فعالیت‌های نوآورانه منجر می‌شود (جیماه و لوسیر[۲]، ۲۰۲۱). در نهایت، تلفیق هوشمندانه این عوامل در چارچوب یک راهبرد یکپارچه می‌تواند به توسعه اقتصادی پایدار روستاها، کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای و افزایش رفاه اجتماعی منجر گردد.

در تبیین نقش عوامل محیطی، زیرساختی و فناوری در توسعه کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی به نظر می‌رسد عوامل محیطی، زیرساختی و فناوری از ارکان اساسی در توسعه کارآفرینی و نوآوری در مناطق روستایی محسوب می‌شوند. دسترسی به منابع طبیعی مولد مانند خاک حاصلخیز، آب کافی و شرایط آب‌وهوایی مناسب، پایه‌ای اساسی برای فعالیت‌های کشاورزی و دامپروری کارآفرینانه فراهم می‌کند. از سوی دیگر، توسعه زیرساخت‌های اساسی

---

۱ - del Olmo-García, F

۲ - Gyimah, P, & Lussier, R- N

مانند راه‌های ارتباطی، شبکه‌های برق و آب‌رسانی، بستری ضروری برای ایجاد و گسترش کسب‌وکارهای روستایی ایجاد می‌نماید. فناوری‌های نوین کشاورزی، از جمله سیستم‌های آبیاری هوشمند، ماشین‌آلات پیشرفته و نهاده‌های کشاورزی بهبودیافته، بهره‌وری و کیفیت تولیدات را به‌طور چشمگیری افزایش می‌دهد. این تحولات نه‌تنها ارزش افزوده فعالیت‌های سنتی را ارتقا می‌بخشد، بلکه زمینه را برای ظهور شیوه‌های نوین اقتصادی فراهم می‌سازد (رومرو-کاسترو[۱] و همکاران، ۲۰۲۳). دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز نقش تحول‌آفرینی در کارآفرینی روستایی ایفا می‌کند. این فناوری‌ها امکان دستیابی به بازارهای گسترده‌تر، بهبود زنجیره تأمین و توزیع، و کاهش هزینه‌های مبادله را فراهم می‌آورد. استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال برای بازاریابی محصولات، سیستم‌های پرداخت الکترونیکی و خدمات بانکی از راه دور، موانع جغرافیایی را برای روستاییان کاهش می‌دهد. علاوه بر این، به‌کارگیری فناوری‌های نوین در فرآوری محصولات کشاورزی و ایجاد صنایع تبدیلی، امکان تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی و افزایش سودآوری را مهیا می‌سازد (آبیسینگ و مالیک[۲]، ۲۰۲۱). در مجموع، ترکیب بهینه این عوامل می‌تواند ظرفیت‌های تولیدی مناطق روستایی را متحول ساخته و الگوهای جدیدی از کارآفرینی و نوآوری را در این مناطق پایه‌گذاری نماید.

در تبیین نقش عوامل آموزشی و ترویجی در توسعه کارآفرینی و نوآوری در زندگی روستایی لازم به ذکر است عوامل آموزشی و ترویجی نقش محوری در ارتقای قابلیت‌های کارآفرینانه و نوآورانه روستاییان ایفا می‌کنند. دوره‌های آموزشی کارآفرینی و مهارت‌آموزی با ارتقای دانش فنی، مدیریتی و بازاریابی، بنیان‌های لازم برای راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای روستایی را تقویت می‌نمایند. خدمات مشاوره‌ای و راهنمایی تخصصی نیز با ارائه راهکارهای عملیاتی متناسب با شرایط محلی، احتمال موفقیت فعالیت‌های اقتصادی نوپا را افزایش می‌دهد. تبادل تجربیات با دیگر مناطق از طریق بازدیدهای میدانی و شبکه‌های یادگیری، امکان الگوبرداری از شیوه‌های موفق و اجتناب از اشتباهات رایج را فراهم می‌سازد. همچنین، آگاهی از قوانین و

---

۱ - Romero-Castro, N

۲ - Abeysinghe, D. U, & Malik, M

مقررات حمایتی دولتی، روستاییان را در بهره‌برداری بهینه از مشوق‌ها و تسهیلات موجود یاری می‌رساند (زولت[۱] و همکاران، ۲۰۲۴). همکاری با مراکز علمی و پژوهشی، دسترسی به یافته‌های تحقیقاتی روزآمد و فناوری‌های نوین را ممکن ساخته و پیوند میان دانش نظری و نیازهای عملی جامعه روستایی را تحکیم می‌بخشد. از سوی دیگر، دسترسی به اطلاعات بازار از جمله روندهای تقاضا، قیمت‌گذاری و استانداردهای کیفی، به روستاییان در اتخاذ تصمیم‌های آگاهانه و تطبیق تولیدات با نیازهای بازار کمک شایانی می‌نماید (هینرت و روبرت[۲]، ۲۰۱۸). این عوامل در کنار یکدیگر، چرخه‌ای از یادگیری مستمر و توانمندسازی را ایجاد می‌کنند که نه تنها به توسعه فعالیت‌های اقتصادی موجود منجر می‌شود، بلکه زمینه‌ساز ظهور کسب‌وکارهای نوآورانه و رقابت‌پذیر در عرصه‌های جدید اقتصادی می‌گردد. چنین روندی در نهایت به افزایش بهره‌وری، ایجاد ارزش افزوده و بهبود معیشت پایدار روستاییان می‌انجامد.

از محدودیت‌های این مطالعه می‌توان تمرکز بر مناطق روستایی شهرستان نظرآباد اشاره کرد؛ زیرا تمرکز مطالعه بر روی چند روستا ممکن است نماینده کامل شرایط سایر مناطق روستایی کشور نباشد. با توجه به یافته‌های مطالعه، پیشنهاد می‌شود مراکزی با مشارکت نهادهای دولتی، محلی و بخش خصوصی در مناطق روستایی راه‌اندازی شوند که به‌صورت یکپارچه به تمامی ابعاد مؤثر بر کارآفرینی بپردازند. این مراکز می‌توانند خدمات ترکیبی شامل: آموزش مهارت‌های فنی و کارآفرینی (عامل آموزشی)، مشاوره روان‌شناختی و حمایت اجتماعی، تسهیل دسترسی به منابع مالی و فناوری، پیوند زدن تولیدکنندگان با بازارها و مراکز تحقیقاتی را ارائه دهند. به‌منظور عملیاتی‌سازی یافته‌های مطالعه، پیشنهاد می‌شود طرح‌های توسعه‌ای با مکانیزم‌هایی همچون تشکیل کمیته‌های روستایی متشکل از ذینفعان محلی (کشاورزان، زنان، جوانان) برای شناسایی نیازهای خاص هر منطقه، تدوین برنامه‌های توسعه متناسب با پتانسیل‌های محیطی و فرهنگی هر روستا (مانند گردشگری روستایی، صنایع دستی یا کشاورزی هوشمند)، استقرار سیستم‌های پایش و ارزیابی مشارکتی برای سنجش تأثیر متقابل عوامل مختلف بر نتایج کارآفرینی راه‌اندازی شود.

---

۱ - Zollet, S

۲ - Heinert, S. B., & Roberts, T. G

منابع

خنجری عالم، امیر؛ مهدوی، داوود؛ شیخی، داوود؛ طالشی، مصطفی. (۱۴۰۲). واکاوی عوامل پیش برنده و اثرگذار بر توسعه کارآفرینی روستایی (مورد مطالعه: شهر الشتر)، ***نشریه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی***، ۳(۱۲)، ۲۰۵-۲۲۴.

دربان آستانه، محمدرضا؛ شایان، حمید؛ عنابستانی، علی اکبر؛ سجاسی قیداری، حمدالله. (۱۳۹۸). بررسی عوامل ساختاری موثر در نوآوری در کارآفرینی روستایی (نمونه موردمطالعه: شهرستان فاروج)، ***نشریه جغرافیا و توسعه ناحیه ای***، ۱۷(۲)، ۱۵-۲۱.

فراهانی، حسین؛ جهانسوزی، مهری. (۱۳۹۸). تحلیل عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: دهستان دامنکوه شهرستان اسفراین)، ***مجله مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه های انسانی***، ۱۴(۴۹)، ۸۳۳-۸۴۵

کریمی عمله، زهرا؛ فاطمی، مهسا. (۱۴۰۰). تعیین کننده های توسعه ی فعالیت های کارآفرینی زنان روستایی: مورد صندوق کارآفرینی امید شهرستان لارستان، ***نشریه راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی***، ۸(۱۶)، ۹۷-۱۱۲.

یاری بیگی، الهه. (۱۳۹۸). تحلیل عاملی عوامل موثر بر توسعه اکوسیستم کارآفرینی در تعاونی های زنان روستایی استان تهران، ***فصلنامه تعاون و روستا***، ۹(۳۸)، ۹۵.

Abeysinghe, D. U., & Malik, M. (۲۰۲۱). The role of digital technology in rural entrepreneurship and innovations. **In *Rural Entrepreneurship and Innovation in the Digital Era*** (pp. ۲۰-۳۸). IGI Global Scientific Publishing.

Aggarwal, M., & Johal, R. K. (۲۰۲۱). Rural women entrepreneurship: a systematic literature review and beyond. ***World Journal of Science, Technology and Sustainable Development***, ۱۸(٤), ۳۷۳-۳۹۲.

Burlacu, S., Stoica, G. D., Giucă, D. A., & Sterie, M. C. (۲۰۲۲). Socio-economic implications of rural population migration. ***Administratie si Management Public***, (۳۹), ۲۱۳-۲۲۵.

Chaplitskaya, A., Tassinari, G., Heijman, W., & van Ophem, J. (۲۰۲٤). Rural-urban migration within Russia: Prospects and drivers. ***Regional Science Policy & Practice***, ۱٦(۹), ۱۰۰۰۵۳.

Chen, Y., Tan, Y., & Gruschke, A. (۲۰۲۱). Rural vulnerability, migration, and relocation in mountain areas of Western China: An overview of key issues and policy interventions. ***Chinese Journal of Population, Resources and Environment,*** ۱۹(۱), ۱۱۰-۱۱٦.

Dauletova, V., & Al-Busaidi, A. S. (۲۰۲٤). Socio-cultural factors as driving forces of rural entrepreneurship in Oman. ***Journal of Small Business &***

Entrepreneurship, ۳٦(٥), ۸۰۸-۸۲۸.
del Olmo-García, F., Domínguez-Fabián, I., Crecente-Romero, F. J., & del Val-Núñez, M. T. (۲۰۲۳). Determinant factors for the development of rural entrepreneurship. ***Technological Forecasting and Social Change***, ۱۹۱, ۱۲۲٤۸۷.
Gamito, T. M., Madureira, L., & Santos, J. M. L. (۲۰۲۱). Unveiling and typifying rural resources underpinned by innovation dynamics in rural areas. ***Regional Science Policy & Practice***, ۱۳(۳), ٤٥۷-٤۷۸.
Giorgio, G. (۲۰۰۹). Traumatic truths and the gift of telling; Practical Guide to Conducting a Qualitative Study. ***Qualitative Inquiry***, ۱٥(۱), ۱٤۹-۱٦۷.
Giwa, A. H., & Babakatun, A. M. (۲۰۱۹). Effect of socio-cultural factors on women entrepreneurship development in Kaduna State. ***Journal of Human Resource Management***, ۷(۳), ٥۷-٦٥.
Gyimah, P., & Lussier, R. N. (۲۰۲۱). Rural entrepreneurship success factors: An empirical investigation in an emerging market. ***Journal of Small Business Strategy***, ۳۱(٤), ٥-۱۹.
Heinert, S. B., & Roberts, T. G. (۲۰۱۸). A Profile of Exemplary Rural Agricultural Entrepreneurship Education Programs. ***Journal of agricultural education***, ٥۹(۳), ۲۹۱-۳۰۸.
Jiang, Q., Li, Y., & Si, H. (۲۰۲۲). Digital economy development and the urban–rural income gap: Intensifying or reducing. ***Land***, ۱۱(۱۱), ۱۹۸۰.
Merrell, I., Phillipson, J., Gorton, M., & Cowie, P. (۲۰۲۲). Enterprise hubs as a mechanism for local economic development in rural areas. ***Journal of Rural Studies***, ۹۳, ۸۱-۹۱.
Mutafov, E., & Marinov, P. (۲۰۲۲). Population migration processes and digital coverage in rural areas of Bulgaria. ***Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture & Rural Development***, ۲۲(۲).
Nasution, M. D. T. P., Harahap, R., Irawan, I., & Tanjung, A. R. (۲۰۲٤). Fueling Rural: The Unseen Forces of Family Background and Psychological Factors on Youth Entrepreneurship. *Ekombis Review:* ***Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis***, ۱۲(٤), ۳٥٥۷-۳٥۷۰.
Pan, Y., Zhang, S., & Zhang, M. (۲۰۲٤). The impact of entrepreneurship of farmers on agriculture and rural economic growth: Innovation-driven perspective. ***Innovation and Green Development***, ۳(۱), ۱۰۰۰۹۳.
Qin, Q., Guo, H., Shi, X., & Chen, K. (۲۰۲۳). Rural E-commerce and county economic development in China. ***China & World Economy***, ۳۱(٥), ۲٦-٦۰.
Romero-Castro, N., López-Cabarcos, M. A., & Piñeiro-Chousa, J. (۲۰۲۳).

Finance, technology, and values: A configurational approach to the analysis of rural entrepreneurship. ***Technological Forecasting and Social Change***, ۱۹۰, ۱۲۲٤٤٤.

Santos, G. M. C., Marques, C. S., Ferreira, J. J., Gerry, C., & Ratten, V. (۲۰۱۷). Women's entrepreneurship in Northern Portugal: psychological factors versus contextual influences in the economic downturn. ***World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development***, ۱۳(٤), ٤۱۸-٤٤۰.

Selod, H., & Shilpi, F. (۲۰۲۱). Rural-urban migration in developing countries: Lessons from the literature. ***Regional Science and Urban Economics***, ۹۱, ۱۰۳۷۱۳.

Senou, M. M., & Manda, J. (۲۰۲۲). Access to finance and rural youth entrepreneurship in Benin: Is there a gender gap?. ***African Development Review***, ۳٤(۱), ۲۹-٤۱.

Ubale, R. (۲۰۲۰). Rural entrepreneurship: Growth opportunities & challenges in Indian current scenarios. **CLIO: An Annual Interdisciplinary Journal of History**, ٦(۹): ۳٥٦-۳٦۹.

Yin, X., Chen, J., & Li, J. (۲۰۲۲). Rural innovation system: Revitalize the countryside for a sustainable development. ***Journal of Rural Studies***, ۹۳, ٤۷۱-٤۷۸.

Yu, Y., Appiah, D., Zulu, B., & Adu-Poku, K. A. (۲۰۲٤). Integrating rural development, education, and management: Challenges and strategies. ***Sustainability***, ۱٦(۱٥), ٦٤۷٤.

Zhang, C.-H., Tang, J.-Y., & Wang, K.-Y. (۲۰۲۰). On ethnic village tourism and rural development. **Social Science, Education and Human Science**, ۲۲(۳), ۲۱۱-۲۳٤.

Zollet, S., Monsen, E., Chen, W. D., & Barber III, D. (۲۰۲٤). Rural Entrepreneurship Education. ***Entrepreneurship Education and Pedagogy***, ۱(۳), ۲٥۳-۲٦۳.

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ٦۸-۳۲
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

شناسایی و تحلیل راهبردی مؤلفه‌های الگوی رقابت مؤثر در صنعت بانکداری ایران

محمدجواد محقق نیا[۱]
بنفشه فرهنگ زاده[۲]
وجه اله قربانی زاده[۳]
مسلم پیمانی[٤]

(تاریخ دریافت۲۵ /۱۴۰۴/۲ - تاریخ تصویب ۱۴۰۴/۳/۱۹)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
هدف از پژوهش حاضر شناسایی و تحلیل مؤلفه‌های الگوی رقابت مؤثر در صنعت بانکداری ایران است. پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع مطالعات کاربردی و توسعه‌ای و از نظر رویکرد در زمره پژوهش‌های کیفی است که با استفاده از روش‌های تحلیل مضمون و دلفی فازی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش در هر دو بخش کیفی و کمی، خبرگان آگاه شامل خبرگان

۱-دانشیار گروه مالی و بانکداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.(نویسنده مسئول)
mohagheghnia@atu.ac.ir
۲ - دکتری مالی، دانشکده مدیریت و حسابداری ، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
۳- استاد گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
۴- دانشیار گروه مالی و بانکداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

دانشگاهی و سازمانی بودند که از سابقه اجرایی و حرفه‌ای (۱۰ سال به بالا در حوزه بانکداری) و دانش تخصصی (اعضای هیئت‌علمی یا دکتری مدیریت مالی) برخوردار بودند. در بخش کیفی و گام اول پژوهش، جمع‌آوری اطلاعات به‌صورت اسنادی از پژوهش‌های پیشین و مصاحبه میدانی بود که در آن مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان مالی- بانکداری صورت پذیرفت. در این بخش ۲۵ خبره با استفاده از نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و گلوله برفی انتخاب شدند و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی با استفاده از کدگذاری به روش تحلیل مضمون و نرم افزار اطلس تی۸ استفاده شد. بخش کمی پژوهش به‌منظور تأیید و غربالگری مضامین مستخرج از مرحله کیفی و با استفاده از تکنیک فازی دومرحله‌ای در نرم‌افزار **Excel** انجام شد. در بخش کمی از نظرات ۱۵ خبره از خبرگان مرحله قبل که با استفاده نمونه‌گیری هدفمند بودند، انتخاب شدند. نتایج نشان داد که رقابت مؤثر در صنعت بانکداری ایران به معنای عملکرد اثربخش بانک مرکزی و بانک‌ها هست که عوامل مالی، قانونی، اقتصادی، ساختاری، محیطی، اجتماعی، سیاسی و مدیریتی بر آن اثرگذار بوده و پیامدهای اجرای آن بر عملکرد بانک‌ها و محیط اقتصادی است. به‌علاوه بانک مرکزی، دولت و بانک‌ها می‌بایست اقداماتی را جهت دستیابی به وضعیت مطلوب رقابت در کشور انجام دهند.

کلمات کلیدی: رقابت مؤثر، بانکداری ایران، عملکرد بانک، محیط اقتصادی

مقدمه

بازارهای مالی، نقشی اساسی در تجهیز و تخصیص وجوه سرگردان موجود در اقتصاد به بخش‌های تولیدی و صنعتی دارند. تأثیر بازارهای مالی بر رشد اقتصادی به تجهیز پس‌اندازها و تخصیص منابع محدود نمی‌شود، بلکه بسط نقد شوندگی، کاهش هزینه تجهیز منابع مالی، تسهیل مدیریت ریسک، پایش مدیریتی و تسهیل مبادلات، مجراهای دیگری است که عامل رشد و توسعه اقتصادی را فراهم می‌نمایند. بانک‌ها از اجزای مهم هر نظام مالی محسوب می‌شوند، به‌خصوص در کشورهایی که دارای نظام اقتصادی بانک پایه می‌باشند، بانک‌ها عامل مهم اقتصادی به حساب می‌آیند (میرزائی و موره،[۱] ۲۰۱۴). به دلیل ناآرامی‌های سیاسی، رقابت

[۱]- Mirzaei & Moore

بین‌المللی، نقش حیاتی بانک‌ها در ایران و توسعه ناکافی بازار سرمایه در ایران، بانک‌ها وظیفه اصلی و اساسی تأمین مالی نیازهای برنامه‌های اقتصادی میان‌مدت و بلندمدت اقتصادی را بر عهده دارند (جلالی فراهانی و همکاران[۱]، ۲۰۲۰). چالش‌های اقتصادی در این صنعت در سال‌های اخیر شرایط را به‌گونه‌ای رقم زده است که فقدان یک سیاست کلی برای دستیابی به اهداف و چشم‌اندازهای سازمان خسارات قابل‌توجهی را به همراه داشته و گاه به ورشکستگی داخلی بخش بانکی منجر شده است (کشاورزنیا و والانس[۲]،۲۰۲۳). در شرایط کنونی حاکم بر شبکه بانکی کشور که به لطف حضور تعدادی از بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری دولتی و خصوصی در برخی از حوزه‌های رقابتی (به‌خصوص در بخش خدمات بانکی) رقابت به‌طور نسبی شکل گرفته است و اگر بانک‌ها به‌صورت جدی به این مسئله نپردازند، آسیب‌های فراوانی خواهند دید (فلاح و همکاران[۳]،۲۰۲۰).

رقابت بانکی تخصیص منابع مالی را بهبود بخشیده (ژو و ژانگ[۴]، ۲۰۲۳) و باعث رشد اقتصادی شده و در عین حال به ثبات مالی کمک می‌کند (ژو و ژانگ، ۲۰۲۳ ؛جیانگ[۵]،۲۰۲۳). همچنین افزایش کیفیت خدمات بانکی و کاهش هزینه‌های مبادلاتی نیز از نتایج افزایش رقابت و کارایی در بین بانک‌هاست؛ بنابراین موضوع رقابت بانکی از اهمیت حیاتی برخوردار است. در سال‌های اخیر، بانک‌ها عملاً تحت تأثیر پیشرفت‌های متعدد بازار قرارگرفته‌اند، مقررات زدایی، آزادسازی، جهانی‌شدن و نوآوری‌های مختلف، هریک از این تحولات شرایط رقابتی بانک‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. (بیکر[۶]، ۲۰۰۳). فعالان بازار یعنی بنگاه‌ها و شرکت‌ها تلاش می‌کنند سهم بازار بیشتری را تصاحب کنند و از مزایای انحصار برخوردار باشند. البته تسلط بر بازار به

---

۱ -Jalali Farahani et al.

۲ - Keshavarznia & Wallace

۳ - Fallah et al

۴ - Zhou & Zhang

۵ - Jiang

۶ - Bikker

دلیل کارایی برتر با تعالیم علم اقتصاد مباینتی ندارد، اما اگر انحصار و تسلط به دلیل رفتارهای غیررقابتی حاصل شده باشد موردقبول اقتصاددانان نخواهد بود؛ بنابراین آنچه حائز اهمیت است اجرای رقابت صحیح در نظام بانکی است که موجبات رشد و توسعه اقتصادی و بالطبع رفاه اجتماعی را فراهم می‌آورد. وجود رفتار غیررقابتی که منجر به عدم کارایی یا عدم موفقیت در بازار بانکی می‌شود، می‌تواند هزینه‌های سنگینی را بر اقتصاد تحمیل نماید. طبق نظریه‌ای که وجود دارد، رقابت شدید و نامحدود ممکن است بهترین عامل مؤثر بر بخش مالی نباشد. آنچه از اهمیت زیاد برخوردار است وجود فضای رقابتی مؤثر هست (میرزائی و موره،۲۰۱۴) که در ادبیات از آن به وضعیت مطلوب یک بازار یا صنعت یاد شده است (ساسنیک[۱]، ۱۹۶۸). ایران در ۳۰ سال گذشته مراحل و تحولات سیاسی را پشت سر گذاشته است که برخی از چالش‌های اقتصادی معاصر در صنعت بانکداری ایران را نشان می‌دهد. برخی از چالش‌های اقتصادی شامل نوآوری محدود، عدم شفافیت و طیف وسیعی از تحریم‌های بین‌المللی است (کیماسی و همکاران[۲]، ۲۰۱۶؛ کشاورزنیا و والانس،۲۰۲۳؛ پیکانی و همکاران[۳]، ۲۰۲۵). اصلاح ساختار نظام بانکی و نیز رفع ناترازی‌های بانکی از محورهای کلیدی برنامه هفتم توسعه است و به همین دلیل قرار است طی پنج سال آینده کلیت ساختار اصلاح سیستم بانکی در قالب‌بندهایی در برنامه هفتم در مسیر اصلاح و رفع ناترازی گام بردارد. همچنین دولت مکلف شده برای بانک‌های غیرقابل احیا در یک دوره گزیر، مسیر انحلال آن‌ها را فراهم کند (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۴۰۲).همچنین بانک مرکزی نیز با وضع دستورالعمل‌ها و در نظر گرفتن جرائم برای بانک‌ها، اقداماتی در جهت پیشگیری و از بین بردن فضای رقابتی غیر مؤثر و نامطلوب انجام داده است. با وجود تمهیداتی که در جهت افزایش و سالم‌سازی رقابت در فضای سیستم بانکی کشور انجام شده است متأسفانه شاهد رقابت بانک‌ها در فضای نامطلوب و غیر مؤثر بازار بانکی هستیم. از جمله مصادیق رقابت منفی آن‌ها می‌توان به اضافه برداشت بانک‌ها از بانک مرکزی، تخطی از مقررات احتیاطی وضع شده توسط شورای پول و اعتبار

۱- Sosnick

۲- Keimasi et al.

۳- Peykani et al.

همچون تسهیلات و تعهدات کلان، تسهیلات و تعهدات اشخاص مرتبط، حدود سرمایه‌گذاری‌ها، پذیرش سپرده با نرخ سود بالاتر از نرخ‌های ابلاغی (غفاری‌نژاد و همکاران[۱]، ۲۰۱۸) و تسهیلات بدون بررسی (عدم رعایت بهداشت پرونده‌های اعتباری) اشاره کرد (سبحانی و رزم آهنگ[۲]، ۲۰۱۸) از طرفی ادامه چنین شرایطی در بلندمدت به دلیل افزایش هزینه‌های بانک منجر به آشـــکار شدن زیان نهفته در ترازنامه بانک‌ها شده و آن‌ها را در اجرای کارکردهایشان با مشکل مواجه خواهد نمود، افزایش پایه پولی، دستاورد پایین آوردن نرخ تورم را از بین می‌برد و توقف کارکردهای بانک‌ها تنگنای مالی را بسیار شدید می‌کند (اسفندیاری[۳]،۲۰۱۵)؛ طی سال‌های اخیر اکثر محققان از رویکردهای غیر ساختاری برای اندازه‌گیری رقابت استفاده کرده‌اند و در برخی از تحقیقات داخلی نیز به‌منظور اندازه‌گیری مزیت رقابتی بانک‌ها، رقابت‌پذیری به سازه‌هایی چون توان مالی و سایر موارد تقسیم شده است. در مجموع تحقیقات گذشته به اندازه‌گیری وضعیت فعلی رقابت در بازار بانکی پرداخته‌اند. در پژوهش حاضر قصد بر آن است تا با ارائه شاخص‌هایی برای مفهوم رقابت مؤثر در صنعت بانکداری ایران، تبیین و اندازه‌گیری وضعیت مطلوب رقابت فراهم گردد.

تحقیق حاضر با هدف تدوین الگویی جامع در رابطه با رقابت مؤثر در صنعت بانکداری کشور انجام شد که علاوه بر اینکه دربرگیرنده تمامی ابعاد و مؤلفه‌های اثرگذار بر رقابت مؤثر است، نشان‌دهنده پیامدهای مالی و غیرمالی اجرای آن نیز است. همچنین راهکارهای عملیاتی برای حرکت از وضع موجود (آنچه هستیم) به وضع مطلوب رقابت (آنچه باید باشیم) نیز در پژوهش حاضر ارائه می‌شود.

بنابراین با توجه به موارد مطروحه، از جنبه‌های نوآوری تحقیق حاضر می‌توان به سؤالات زیر اشاره نمود:

شاخص‌های رقابت مؤثر منطبق با صنعت بانکداری ایران چه شاخص‌هایی هستند؟

۱- Ghaffari Nejad et al.

۲- Sobhani & Razm ahang

۳- Esfandiari

الگوی جامع رقابت مؤثر در صنعت بانکداری ایران که بیان‌کننده چیستی وضعیت مطلوب رقابت است، چگونه است؟

در باب موضوع رقابت، تحقیقاتی در داخل و خارج از کشور انجام شده است که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

پورعبادلهان، فلاحی و ابراهیمی[۱](۲۰۲۱) پژوهشی تحت عنوان «تأثیر رقابت بانکی بر ریسک‌پذیری در صنعت بانکداری ایران» انجام دادند. آن‌ها تأثیر رقابت بانکی را بر ریسک‌پذیری در صنعت بانکداری ایران طی دوره ده‌ساله ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۸ بررسی نمودند. نتایج حاکی از آن بود که شاخص تمرکز روند تقریباً کاهشی داشته است که گویای حرکت سیستم بانکی به سمت شرایط رقابتی بیشتر بوده است. همچنین طی دوره مذکور انحصار رقابت در نظام بانکی حاکم بوده است. همچنین نتایج نشان داد که با رقابتی‌تر شدن سیستم بانکی تا حد معینی، سطح ریسک‌پذیری در بانک‌ها کاهش و پس‌ازآن شروع به افزایش کرده است. همچنین آن‌ها با توجه به بالا بودن رقابت در سطحی بالاتر از سطح بهینه در بازه مذکور، به‌منظور کاهش ریسک‌پذیری در نظام بانکی، توصیه نمودند تا سیاست‌های بانکی به نحوی طراحی گردد که منجر به کاهش سطح رقابت تا حد بهینه آن شود.

آلبایتی و همکاران[۲](۲۰۱۹) در مقاله‌ای که با عنوان «رقابت و ثبات بانکی در منا: اثر تعدیل‌کننده بانک‌های اسلامی در برابر بانک‌های معمولی»، انجام دادند. آن‌ها اثر رقابت را بر ثبات بانکی با استفاده از داده‌های ۲۷۶ بانک در هجده کشور عضو منا طی سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۵ بررسی نمودند. آن‌ها چندین متغیر ازجمله بهره‌وری و بی‌ثباتی کلان اقتصادی را علاوه بر متغیرهای کنترلی اندازه، اثربخشی، تنوع و اهرم به‌عنوان متغیرهای کنترلی در نظر گرفتند. سیستم دومرحله‌ای GMM نشان داد بانک‌هایی که با رقابت اندک روبه‌رو هستند تمایل کمتری به ریسک‌های ورشکستگی و اعتباری داشته و از سودآوری بیشتری برخوردار می‌شوند. به‌علاوه، آن‌ها پی بردند که اثر رقابت- پویایی برای بانک‌های اسلامی نسبت به بانک‌های معمولی در

۱- Pourebadollahan,Fallahi & Ebrahimi

۲- Albaity et al

کشورهای عضو منا مناسب‌تر است.

گلی و اسکندری[۱](۲۰۱۹)پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه رقابت و کارایی هزینه در صنعت بانکی ایران» انجام دادند. آن‌ها به اندازه‌گیری و بررسی رابطه بین کارایی هزینه و رقابت در صنعت بانکداری ایران با استفاده از داده‌های ۱۸ بانک طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴، پرداختند. نتایج حاکی از آن بود که افزایش رقابت، تمرکز اعتبارات، اندازه بانک و کاهش رشد اقتصادی باعث افزایش عدم کارایی هزینه می‌شود و افزایش کارایی نیز باعث کاهش رقابت می‌شود. بنابراین مطرح کردند که فرضیه ساختار- کارا و نسل‌های اطلاعاتی در مورد سیستم بانکی ایران غیرقابل رد است و همچنین نظارت دقیق بانک مرکزی بر ورود بانک‌های جدید نیز به‌منظور بهبود کارایی نظام بانکی و عملکرد آن‌ها در زمینه اعتبارات و نرخ بهره سپرده امری لازم و ضروری است.

اون و پریرا[۲] (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان «تمرکز بانکی، رقابت و فراگیری مالی[۳]» بیان می‌کنند که پژوهش آن‌ها به‌عنوان اولین تلاشی محسوب می‌شود که مواردی چون تعداد زیاد کشورها، چندین شاخص از فراگیری مالی و مجموعه جامعی از معیارهای اندازه رقابت بانکی را برای مطالعه نقش ساختار سیستم بانکی به‌عنوان تعیین‌کننده تنوع بین کشوری در توسعه مالی خانوارها در نظر می‌گیرد. آن‌ها از داده‌های ۸۳ کشور طی یک دوره ۱۰ ساله به‌منظور برآورد مدل‌هایی با اثرات ثابت کشور و زمان استفاده کردند. نتایج حاکی از آن بود که تمرکز بیشتر صنعت بانکداری با دسترسی بیشتر به تسهیلات و سپرده‌ها فراهم است که این امر توسط قدرت بازاری محدود بانک‌ها میسر می‌شود. همچنین آن‌ها به شواهدی دست یافتند که نشان می‌داد در کشورهایی که قوانین به بانک‌ها اجازه مشارکت در دامنه وسیع‌تری از فعالیت‌ها را می‌دهد، فراگیری مالی در آن‌ها بیشتر دیده می‌شود. به‌علاوه آن‌ها مطرح کردند که نتایج حاکی از آن است که درجه رقابت جنبه مهمی از بخش‌های مالی فراگیر است.

---

[۱]- Goli & eskandari

[۲] -Owen & Ppereira

[۳] -Financial inclusion

سهرابی[۱](۲۰۱۷) پژوهشی تحت عنوان «بررسی تأثیر شفافیت سیستم بانکی بر افزایش رقابت بانکی در بانک‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران» انجام داد. وی با استفاده از اطلاعات ۱۰ بانک پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی دوره زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵، به بررسی تأثیر شفافیت سیستم بانکی بر افزایش رقابت بانکی پرداخت. نتایج نشان داد که افزایش شفافیت سیستم بانکی از طریق کیفیت افشاء و اجرای مقررات بر افزایش رقابت بانک‌ها تأثیرگذار است.

حسین خان و همکاران[۲](۲۰۱۷) پژوهشی تحت عنوان «آیا تمرکز بیشتر بانکی سطح رقابت را در صنعت بانکداری کاهش می‌دهد؟ شواهد بیشتری از اقتصادهای جنوب شرق آسیا» انجام دادند. آن‌ها ابتدا معیارهای تمرکز و رقابت را بانکی برای ۵ اقتصاد جنوب شرق آسیا طی سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۴ تخمین زدند. سپس از این داده‌ها برای کشف ارتباط بین تمرکز و سطح رقابت استفاده کردند. برای اندازه‌گیری تمرکز از شاخص تمرکز ۵ بانک برتر بر اساس دارایی، سپرده، تسهیلات و شاخص هرفیندال دارایی، سپرده و تسهیلات و برای اندازه‌گیری رقابت از شاخص لرنر، بون، هرفیندال و مدل پانزار- راس استفاده نمودند. نتایج نشان داد که افزایش در سطح تمرکز بازار بانکی، رقابت بین بانک‌ها را کاهش می‌دهد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از منظر هدف از نوع مطالعات کاربردی و توسعه‌ای هست که با استفاده از روش‌های کیفی و کمی تحلیل مضمون و دلفی فازی صورت می‌گیرد. بخش تحلیل مضمون با هدف درک و استخراج ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های الگوی رقابت مؤثر با بررسی مطالعات صورت گرفته داخلی از سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۴۰۲ و پژوهش‌های خارجی از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۳ انجام شد. همچنین راهکارهای اجرایی جهت دستیابی به وضعیت رقابت مؤثر در سیستم بانکی و بخش دلفی فازی جهت غربالگری و اعتبار یابی شاخص‌ها استفاده شده است. افق زمانی تحقیق نیز مقطعی است. روش‌های گردآوری اطلاعات به دو صورت مرور اسناد و میدانی بوده و برای

---

[۱] -Sohrabi

[۲] -Hussain khan et al

دریافت اطلاعات از خبرگان، مصاحبه نیمه ساختاریافته مبنی بر سؤال‌های پژوهش در بخش تحلیل مضمون و پرسشنامه طراحی شده دلفی در بخش دلفی فازی، به کار گرفته شده است.
در بخش کیفی روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند و گلوله برفی بوده است. بدین‌صورت که در تحلیل مضمون ابتدا ۲ نفر از خبرگان در دسترس حوزه بانکداری و مالی به صورت هدفمند شناسایی شدند و از آن‌ها درباره سایر متخصصان و صاحب‌نظران اطلاعاتی دریافت کرده و مصاحبه‌های بعدی با ۲۵ خبره آگاه تا آنجا ادامه داشت که مطلب جدیدی حاصل نگردید و اشباع نظری حاصل شد. خبرگان آگاه شامل خبرگان دانشگاهی و سازمانی بودند که از سابقه اجرایی و حرفه‌ای (۱۰ سال به بالا در حوزه بانکداری) و دانش تخصصی (اعضای هیئت‌علمی یا دکتری مدیریت مالی) برخوردار بوده‌اند. در بخش کیفی پژوهش جهت روایی تحلیل مضمون، راهبرد زاویه‌بندی (همسوسازی) از نوع زاویه‌بندی پژوهشگر[1] استفاده شد. بدین‌صورت که کدهای فرعی و اصلی به‌دست‌آمده در اختیار ۳ نفر از اعضای هیئت‌علمی دانشگاه و ۲ نفر خبره سازمانی قرار گرفت و پس از اعمال نقطه نظرات آن‌ها، همگرایی در نتایج ایجاد گردید.
جهت پایایی بخش تحلیل مضمون از روش توافق درون موضوعی دو کدگذار (ارزیاب) برای کدگذاری سه مصاحبه استفاده و درصد توافق درون موضوعی که به‌عنوان شاخص پایایی تحلیل به کار می‌رود با استفاده از فرمول زیر محاسبه گردید:

$$\text{درصد توافق درون موضوعی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times ۲}{\text{تعداد کل کُدها}} \times ٪۱۰۰$$

پایایی بین کُدگذاران برای اسناد انجام‌گرفته در پژوهش حاضر با استفاده از فرمول ذکر شده برابر ۸۷ درصد بود. با توجه به اینکه این میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد هست، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید بوده و می‌توان ادعا نمود که میزان پایایی تحلیل اسناد کنونی مناسب است.
جامعه آماری در بخش کمی (بخش دلفی فازی)، ۲۵ خبره مرحله تحلیل مضمون بودند که با

[1]- Investigator Triangulation

توجه به در دسترس بودن و همکاری، ۱۵ نفر پاسخگوی سؤالات بوده‌اند. در این بخش جهت روایی پرسشنامه دلفی فازی، از روایی محتوایی استفاده شد. بدین‌صورت که از نظرات چهار نفر از اساتید دانشگاهی که با موضوع پژوهش آشنایی داشتند، استفاده شد و آن‌ها از نظر روایی محتوایی، پرسشنامه را تأیید نمودند. همچنین جهت سنجش پایایی پرسشنامه از آزمون مجدد استفاده شد.

بدین نحو که پرسشنامه مجددی میان چهار نفر از خبرگان توزیع شد و همبستگی پاسخ‌های آن‌ها با پاسخ‌های قبلی بررسی شد. از آنجا که همبستگی پاسخ‌های ارائه شده بیش از ۰/۷ بود، می‌توان گفت که پرسشنامه پژوهش از پایایی مناسب برخوردار بوده است.

یافته‌های پژوهش

تحلیل مضمون

در پژوهش حاضر ابتدا کلیه منابع مکتوب داخلی و خارجی مرتبط با موضوعات رقابت و رقابت مؤثر در حوزه بانکی انتخاب شد. از بین ۱۰۵ منبع شناسایی شده، ۲۵ منبع علیرغم اینکه در عنوان، چکیده یا واژگان اصلی، یکی از کلیدواژه‌های رقابت را در برداشتند اما فاقد کد مرتبط با سؤالات و اهداف این پژوهش بودند حذف شدند. در مجموع ۸۰ منبع حاوی کدهای مرتبط در تحلیل مضمون مورد بررسی قرار گرفتند. همچنین ازآنجایی‌که هدف از انجام پژوهش، ارائه الگوی بومی رقابت مؤثر برای نظام بانکی ایران بوده است و همچنین به علت کمبود وجود ادبیات نظری مرتبط با موضوع رقابت مؤثر در بازار بانکی، مصاحبه نیمه ساختاریافته با ۲۵ خبره تا مرحله اشباع نظری صورت گرفت. پس از ورود منابع اسنادی و متن مصاحبه‌ها به نرم‌افزار مکس کیودی، کدگذاری اولیه صورت پذیرفت.

جدول (۱)- نمونه‌ای از کدهای اولیه استخراج شده از متون و مصاحبه‌ها

متن استخراج شده	کدهای استخراج شده	فراوانی کدها
نتایج سیستم دومرحله‌ای GMM نشان داد که هر دو شاخص بون و شاخص لرنر تأثیر منفی و قابل‌توجهی برLZScoreE، ROE و ROAE دارند و تأثیر مثبت و قابل‌توجهی بر نسبت NPLs دارند که نشان می‌دهد افزایش رقابت با ثبات و سودآوری پایین بانکی و ریسک ورشکستگی بالا همراه است (Albaity et al, ۲۰۱۹).	بازده حقوق صاحبان سهام؛ بازده دارایی؛ ثبات بانکی؛ ریسک ورشکستگی؛ سودآوری؛ نسبت NPL	۶
قدرت بازار بالاتر (رقابت کمتر) به‌طورکلی ممکن است به افزایش ثبات بانک منجر شود (Sarpong-Kumankoma and et al., ۲۰۲۰)	ثبات بانکی	۱
اگر رقابت مؤثر اتفاق بیفتد باعث می‌شود تا فرهنگ و اخلاق حرفه‌ای در نظام بانکی ایجادشده و بانک‌ها این‌گونه به فعالیت خود بپردازند. ترازنامه و به‌طورکلی صورت‌وضعیت مالی آن‌ها بهبود پیدا خواهد کرد. کل سیستم بانکی از زیان خارج خواهد شد و کفایت سرمایه بانک‌ها بهبود پیدا می‌کند. از طرفی بانک‌ها به‌جای صرف انرژی در جهت جذب مشتری از طریق نرخ سود، بر نوآوری متمرکز خواهند شد (مصاحبه شماره ۱۱).	فرهنگ و اخلاق‌حرفه‌ای ریسک سرمایه سودآوری نوآوری	۵
اگر رقابت مؤثر اتفاق بیفتد، باعث کاهش هزینه تجهیز منابع در بانک‌ها می‌شود (مصاحبه شماره ۱۲)	- هزینه تأمین مالی	۱
ازجمله پیامدهای داشتن رقابت مؤثر می‌توان به افزایش کیفیت خدمات اشاره نمود (مصاحبه شماره ۱۳)	- کیفیت خدمات	۱

منبع: یافته های تحقیق

پس از آن، ضمن بررسی کدها جهت حصول اطمینان از ارتباط آن‌ها با داده مرتبط به خود، کدهای مشابه در قالب مضامین پایه دسته‌بندی شد. پس از شناسایی مضامین پایه، ماهیت آن‌ها

به‌طور دقیق‌تر شناسایی و مضامین هم گروه در قالب مضامین سازمان دهنده طبقه‌بندی شد. جهت نام‌گذاری مضامین سازمان دهنده از ادبیات پژوهش و خلاقیت فردی توأماً استفاده شد. برای نام‌گذاری سعی بر آن بود تا نامه‌ای انتخاب شده بیانگر ویژگی مضامین پایه بوده و از طرفی با اهداف و سؤالات تحقیق مرتبط باشد و تا حد امکان از همپوشانی با سایر مضامین اجتناب گردد. نتایج اولیه بخش کیفی (مضامین مستخرج از ادبیات و مصاحبه‌ها) در جداول ۲تا ۵ و نمودار شماره ۱ آمده است.

جدول (۲)- مضامین استخراج‌شده در رابطه با عوامل اثرگذار بر رقابت مؤثر در بخش کیفی (ادبیات و مصاحبه)

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
عوامل مالی	درآمد	درآمد مشاع، درآمد کارمزدی
	تسهیلات	دارایی‌های راکد، دارایی‌های موهومی
	بدهی	اضافه برداشت از بانک مرکزی، مجموع سپرده‌های مشتریان،حقوق صاحبان سپرده‌های سرمایه‌گذاری
	کارایی	کارایی هزینه
	هزینه	هزینه سرمایه، هزینه پول، هزینه نهایی محصولات و خدمات
	سودآوری	نسبت قیمت به سود هر سهم، حاشیه سود خالص، سود هر سهم
	ریسک	ریسک نقدینگی، ریسک اعتباری، ریسک سرمایه، ریسک بازار
عوامل قانونی	تنظیمات نظارت و پایش بر بازار	محدودیت‌ها و الزامات شفاف‌سازی و افشای اطلاعات، محدودیت‌ها و الزامات ذخیره گیری وام‌ها، محدودیت‌ها و الزامات حسابداری و حسابرسی
	تنظیمات احتیاطی	تعیین الزامات حداقل سرمایه، حمایت از طریق نظام بیمه سپرده‌ها

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
	تنظیمات ساختاری	محدودیت تشکیل مجموعه‌های مالی، محدودیت‌های ورود و خروج صنعت، محدودیت مالکیت افراد حقیقی و حقوقی در بانک‌ها
	تنظیمات رفتار و عملکرد	الزامات و محدودیت‌های نرخ کارمزدهای بانکی، الزامات و محدودیت‌های میزان ارائه خدمات، الزامات و محدودیت‌های ابزارهای تأمین مالی، محدودیت بر نوع فعالیت بانک‌ه، الزامات و محدودیت‌های نرخ سود بین‌بانکی، الزامات و محدودیت‌های نرخ سود سپرده‌ها و وام‌ها، الزامات و محدودیت‌های نرخ سود اوراق منتشره بانک‌ها، اعمال نرخ سپرده قانونی، الزامات متنوع سازی سبد دارایی‌ها
عوامل اقتصادی	عوامل کلان اقتصادی	پس‌انداز ناخالص داخلی، تولید ناخالص داخلی، نرخ سود اسمی و واقعی سپرده و تسهیلات، نرخ تورم، نرخ ارز مؤثر حقیقی، تشکیل سرمایه ناخالص داخلی
عوامل ساختاری	ساختار بانک‌ها	حاکمیت شرکتی بین بانک و شرکت‌های تابعه، ادغام و تملیک
	ساختار بازار بانکی	تمرکز، اندازه بانک‌ها، تعداد بانک‌ها، نوع مالکیت بانک‌ها، توزیع سهم بازار بانک‌ها، تراکم بانکی، رقابت‌پذیری
عوامل سیاسی	عوامل سیاسی داخلی	تعامل با سایر کشورها، نوع رژیم سیاسی
	عوامل سیاسی خارجی	تحریم‌ها
عوامل محیطی	مؤسسات و نهادها	بانک مرکزی، دولت
	توسعه بین صنعت	نفوذ صنعت بیمه، درجه رقابت بازار سرمایه

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
	بازارهای موازی	بازدهی بازارهای موازی
	اصلاحات و اقدامات مالی- اقتصادی	طرح‌های استمهالی، خصوصی‌سازی، طرح‌های اقتصاد مقاومتی
	بحران‌ها	بحران مالی
	بانکداری سایه‌ای	وجود بانکداری سایه‌ای
عوامل اجتماعی	اخلاق کاری	شفافیت اطلاعاتی، مقررات زدایی، رویه‌های ضد رقابتی
	مدل کسب‌وکار	بانکداری اسلامی، انجام فعالیت‌های خارج از ترازنامه
	مدیریت بازار	حفظ یا افزایش سهم بازار
عوامل مدیریتی	تصمیمات مدیران	مدل انگیزشی منابع انسانی، حبس پول، مدیریت پول، تصمیمات سرمایه‌گذاری تصمیمات تسهیلات دهی،کنترل اشخاص مرتبط
	انگیزه‌های مدیران	کسب قدرت
عملکرد بانک‌ها	عملکرد مالی بانک‌ها	کارایی، هزینه، درآمد، سودآوری، سرمایه‌گذاری‌ها. ثبات، تسهیلات اعطایی و مطالبات، ریسک
	عملکرد غیرمالی بانک‌ها	فرهنگ و اخلاق حرفه‌ای، مدیریت بازاریابی و فروش، نوآوری

منبع: یافته های تحقیق

جدول (۳)- مضامین استخراج‌شده در رابطه با پیامدهای رقابت مؤثر

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
عملکرد بانک‌ها	عملکرد مالی بانک‌ها	کارایی، هزینه، درآمد، سودآوری، سرمایه‌گذاری‌ها. ثبات، تسهیلات اعطایی و مطالبات، ریسک
	عملکرد غیرمالی بانک‌ها	فرهنگ و اخلاق حرفه‌ای، مدیریت بازاریابی و فروش، نوآوری
محیط اقتصادی	شاخص‌های کلان اقتصادی	تولید ناخالص داخلی، نرخ سود
	توسعه اقتصادی	رفاه اجتماعی، بهره‌وری اقتصادی
	عملکرد مالی شرکت‌های غیرمالی	چسبندگی هزینه

منبع: یافته های تحقیق

جدول (٤)- مضامین استخراج‌شده در رابطه با شاخص رقابت مؤثر

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
رقابت مؤثر	عملکرد اثربخش بانک‌ها	عملکرد مبتنی بر محور مشتری مداری، شفافیت اطلاعاتی، پیروی از قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های بانک مرکزی، تأمین مالی متناسب با ریسک، به‌کارگیری جامع اصول و قواعد بانکداری اسلامی، تناسب میان میزان سپرده گیری و اعطای تسهیلات، کارآمدی ساختارهای اعتبارسنجی و تسهیلات دهی، کاهش استقراض از بانک مرکزی، کاهش حجم عملیات بازار بین‌بانکی، قیمت‌گذاری مبتنی بر ریسک، رضایت کلیه ذینفعان بانک، به‌کارگیری ابزارهای مالی متنوع و نامحدود، یکسان بودن شیوه اعتبارسنجی مشتریان، داشتن نسبت کفایت سرمایه قانونی
	عملکرد اثربخش بانک مرکزی	نظارت مستمر و دوره‌ای بر عملکرد بانک‌ها، نظارت اصولی و صحیح بر مبنای استانداردهای بین‌المللی، به‌کارگیری شدت نظارتی یکسان برای بانک‌های دولتی و خصوصی، اعمال جرائم تعیین‌شده بر عدم اجرای قوانین و مقررات، استقلال بانک مرکزی، شفافیت قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های صادره،داشتن نیروی ناظر کافی بر عملکرد نظام بانکی

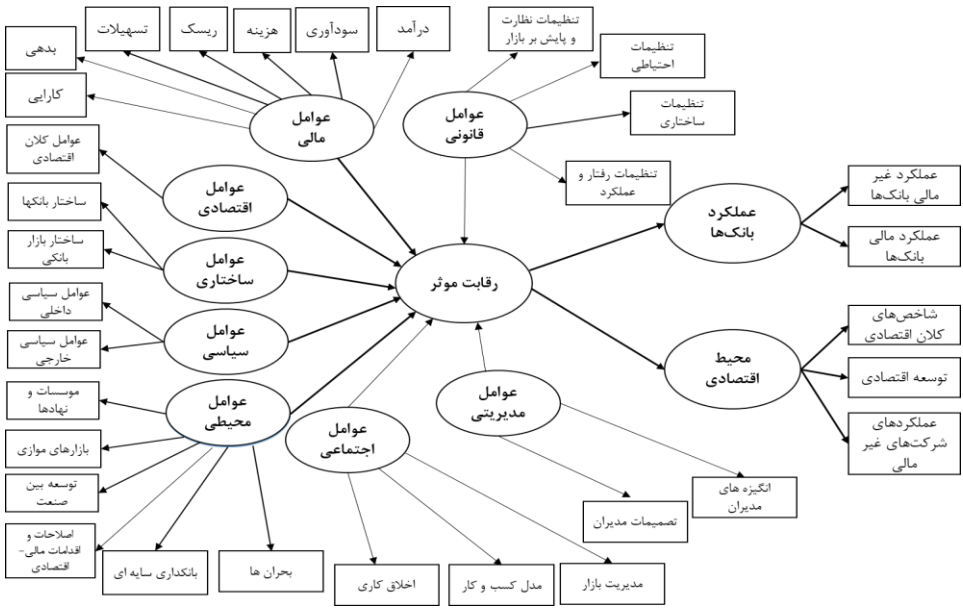
منبع: یافته های تحقیق

جدول (۵)- مضامین استخراج‌شده در رابطه با راهکارهای رقابت مؤثر

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
راهکارهای دستیابی به رقابت مؤثر	اقدامات بانک مرکزی	نظارت دقیق و صحیح بر اجرای قوانین و دستورالعمل‌های صادره، ایجاد و تکمیل سامانه‌های جامع و مکانیزه نظارت بر عملکرد بانک‌ها، صدور و ابلاغ قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های شفاف و جزئی، بازنگری در قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های صادره، طراحی مدل‌ها و ابزارهای مالی جدید، دسته‌بندی بانک‌ها و صدور و ابلاغ قوانین و دستورالعمل‌ها به تفکیک هر دسته، تعیین و اعمال جرائم سخت گیرانه تر بر عدم اجرای قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های صادره، هدایت کانال سرمایه‌گذاری و وام‌دهی بانک‌ها به سمت تولید
	اقدامات دولت	بازنگری در قوانین و مقررات مالیاتی و توسعه پایه‌های مالیاتی، جایگزین کردن استفاده از اوراق خزانه با استقراض از بانک مرکزی، عدم دخالت دولت در سیاست‌ها و عملیات بانک مرکزی و هماهنگی کامل میان سیاست‌های پولی و مالی، عدم اتکا بودجه به درآمد نفتی، رفع بی‌انضباطی مالی، کاهش تدریجی یارانه پنهان
	اقدامات بانک‌ها	ایجاد و تقویت حاکمیت شرکتی در بانک‌ها، برون‌سپاری اعتبارسنجی مشتریان به مؤسسات مورد تأیید بانک مرکزی، تقویت کنترل‌های داخلی

منبع: یافته های تحقیق

در نهایت، مضامین سازمان‌دهنده در قالب مضامین فراگیر دسته‌بندی شد. در نهایت نتایج تحلیل مضمون اسناد و مصاحبه‌ها، به شناسایی ۱۳۰ مضمون پایه، ۳۷ مضمون سازمان دهنده و ۱۲ مضمون فراگیر به تفکیک چهار بخش تعریف رقابت مؤثر، عوامل اثرگذار بر آن و پیامدهایش و راهکارهای دستیابی به رقابت مؤثر بود.



نمودار(۱)- شبکه مضامین استخراج شده الگوی رقابت موثر(یافته ای تحقیق)

بدین‌ترتیب با توجه به منطق فازی ذکر شده در پژوهش حاضر، مقادیر فازی مثلثی دیدگاه خبرگان بر اساس معادل فازی کلامی مندرج در جدول ۷ در مرحله اول و دوم محاسبه شد. میانگین فازی و اعدا فازی زدایی شده مشخص شدند و از آنجایی که میزان اختلاف‌نظر خبرگان بین دو مرحله اول و دوم اجرای دلفی کمتر از حد آستانه خیلی کم (۰.۱) بود، نظرسنجی در مرحله دوم متوقف شد. در نهایت شاخص‌های مدل رقابت مؤثر مطابق با و راهکارهای دستیابی به رقابت مؤثر مطابق با جداول ۶ و ۷ به دست آمد که بر اساس آن الگوی رقابت مؤثر مطابق نمودار شماره ۱ ترسیم شد.

جدول (٦)- چارچوب کلان الگوی رقابت مؤثر با میانگین غیر فازی شده مرحله دوم و اختلاف دو مرحله و تأیید/رد شاخص‌ها

حوزه	مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه	میانگین فازی زدایی شده مرحله اول	میانگین فازی زدایی شده مرحله دوم	اختلاف دو مرحله	وضعیت
عوامل اثرگذار بر رقابت مؤثر	عوامل مالی	درآمد	درآمد مشاع	۰/۶۴	۰/۶۷	۰/۰۳	تأیید
			درآمد کارمزدی	۰/۶۳	۰/۷۱	۰/۰۸	تأیید
		تسهیلات	دارایی‌های راکد	۰/۶۵	۰/۶۳	-۰/۰۲	تأیید
			دارایی‌های موهومی	۰/۶۸	۰/۶۹	۰/۰۱	تأیید
		بدهی	اضافه برداشت از بانک مرکزی	۰/۶۱	۰/۶۵	۰/۰۵	تأیید
			مجموع سپرده‌های مشتریان	۰/۴۶	۰/۴۲	-۰/۰۵	عدم‌تأیید
			حقوق صاحبان سپرده‌های سرمایه‌گذاری	۰/۴۹	۰/۴۱	-۰/۰۸	عدم‌تأیید
		کارایی	کارایی هزینه	۰/۶۳	۰/۶۷	۰/۰۴	تأیید
		هزینه	هزینه سرمایه	۰/۷/۴	۰/۴۰	-۰/۰۸	عدم‌تأیید
			هزینه پول	۰/۶۶	۰/۶۴	-۰/۰۳	تأیید
			هزینه نهایی محصولات و خدمات	۰/۳۸	۰/۲۸	-۰/۱۰	عدم‌تأیید
		سودآوری	نسبت قیمت به سود هر سهم	۰/۴۰	۰/۳۳	-۰/۰۸	عدم‌تأیید
			حاشیه سود خالص	۰/۶۳	۰/۷۱	۰/۰۹	تأیید
			سود هر سهم	۰/۶۴	۰/۷۳	۰/۰۹	تأیید
		ریسک	ریسک نقدینگی	۰/۵۸	۰/۵۵	-۰/۰۳	تأیید
			ریسک اعتباری	۰/۷۰	۰/۷۲	۰/۰۲	تأیید

			ریسک سرمایه	۰/۷۵	۰/۷۵	۰/۰۰	تأیید
			ریسک بازار	۰/۴۵	۰/۴۱	-۰/۰۵	عدم‌تأیید
	عوامل قانونی	تنظیمات نظارت و پایش بر بازار	محدودیت‌ها و الزامات شفاف‌سازی و افشای اطلاعات	۰/۳۷	۰/۲۹	-۰/۰۸	عدم‌تأیید
			محدودیت‌ها و الزامات حسابداری و حسابرسی	۰/۴۴	۰/۳۶	-۰/۰۸	عدم‌تأیید
			محدودیت‌ها و الزامات ذخیره گیری وام‌ها	۰/۷۵	۰/۷۵	۰/۰۰	تأیید
		تنظیمات احتیاطی	حمایت از طریق نظام بیمه سپرده‌ها	۰/۴۷	۰/۳۸	-۰/۰۹	عدم‌تأیید
			تعیین الزامات حداقل سرمایه	۰/۷۱	۰/۷۴	۰/۰۳	تأیید
		تنظیمات ساختاری	محدودیت تشکیل مجموعه های مالی	۰/۳۰	۰/۲۵	-۰/۰۵	عدم‌تأیید
			محدودیت‌های ورود و خروج صنعت	۰/۳۹	۰/۳۲	-۰/۰۷	عدم‌تأیید
			محدودیت مالکیت افراد حقیقی و حقوقی در بانک‌ها	۰/۴۳	۰/۳۵	-۰/۰۸	عدم‌تأیید
		تنظیمات رفتار و عملکرد	الزامات و محدودیت‌های نرخ کارمزدهای بانکی	۰/۵۳	۰/۶۱	۰/۰۸	تأیید
			الزامات و محدودیت‌های میزان ارائه خدمات	۰/۶۵	۰/۷۱	۰/۰۶	تأیید
			الزامات و محدودیت‌های ابزارهای تأمین مالی	۰/۶۳	۰/۶۹	۰/۰۶	تأیید

			محدودیت بر نوع فعالیت بانک‌ها	۰/۶۰	۰/۶۸	۰/۰۹	تأیید
			الزامات متنوع سازی سبد دارایی‌ها	۰/۱۶	۰/۱۳	-۰/۰۳	عدم‌تأیید
			الزامات و محدودیت‌های نرخ سود بین‌بانکی	۰/۷۴	۰/۷۵	۰/۰۱	تأیید
			الزامات و محدودیت‌های نرخ سود سپرده‌ها و وام‌ها	۰/۶۹	۰/۷۴	۰/۰۵	تأیید
			الزامات و محدودیت‌های نرخ سود اوراق منتشره بانک‌ها	۰/۶۴	۰/۷۱	۰/۰۸	تأیید
			اعمال نرخ سپرده قانونی	۰/۶۳	۰/۷۳	۰/۰۹	تأیید
	عوامل اقتصادی	عوامل کلان اقتصادی	پس‌انداز ناخالص داخلی	۰/۴۶	۰/۴۳	-۰/۰۳	عدم‌تأیید
			نرخ ارز مؤثر حقیقی	۰/۴۳	۰/۳۵	-۰/۰۸	عدم‌تأیید
			تولید ناخالص داخلی (**GDP**)	۰/۷۴	۰/۷۵	۰/۰۱	تأیید
			نرخ سود اسمی و واقعی سپرده و تسهیلات	۰/۶۹	۰/۷۴	۰/۰۵	تأیید
			تشکیل سرمایه ناخالص داخلی	۰/۴۳	۰/۳۳	-۰/۰۹	عدم‌تأیید
			نرخ تورم	۰/۷۵	۰/۷۵	۰/۰۰	تأیید
	عوامل ساختاری	ساختار بانک‌ها	حاکمیت شرکتی بین بانک و	۰/۷۱	۰/۷۵	۰/۰۴	تأیید

			شرکت‌های تابعه				
			ادغام و تملیک	۰/۴۳	۰/۳۳	-/۱۰	عدم‌تأیید
		ساختار بازار بانکی	تمرکز	۰/۶۲	۰/۶۶	۰/۰۴	تأیید
			توزیع سهم بازار بانک‌ها	۰/۳۵	۰/۲۹	-۰/۰۶	عدم‌تأیید
			اندازه بانک‌ها	۰/۶۸	۰/۷۰	۰/۰۲	تأیید
			تعداد بانک‌ها	۰/۶۱	۰/۶۶	۰/۰۵	تأیید
			نوع مالکیت بانک‌ها	۰/۶۶	۰/۷۱	۰/۰۵	تأیید
			تراکم بانکی	۰/۳۲	۰/۳۲	۰/۰۰	عدم‌تأیید
			رقابت‌پذیری	۰/۳۳	۰/۳۲	۰/۰۰	عدم‌تأیید
	عوامل سیاسی	عوامل سیاسی داخلی	تعامل با سایر کشورها	۰/۷۱	۰/۷۵	۰/۰۴	تأیید
			نوع رژیم سیاسی	۰/۳۱	۰/۳۴	۰/۰۳	عدم‌تأیید
		عوامل سیاسی خارجی	تحریم‌ها	۰/۷۲	۰/۷۴	۰/۰۲	تأیید
	عوامل محیطی	مؤسسات و نهادها	بانک مرکزی	۰/۶۶	۰/۷۴	۰/۰۷	تأیید
			دولت	۰/۶۷	۰/۷۳	۰/۰۶	تأیید
		توسعه بین صنعت	نفوذ صنعت بیمه	۰/۴۵	۰/۴۰	-۰/۰۵	عدم‌تأیید
			درجه رقابت بازار سرمایه	۰/۳۹	۰/۳۷	-۰/۰۳	عدم‌تأیید
		بازارهای موازی	بازدهی بازارهای موازی	۰/۶۷	۰/۷۰	۰/۰۳	تأیید
		اصلاحات و اقدامات مالی- اقتصادی	طرح‌های اقتصاد مقاومتی	۰/۲۱	۰/۲۴	۰/۰۳	عدم‌تأیید
			طرح‌های استمهالی	۰/۷۴	۰/۷۵	۰/۰۱	تأیید
			خصوصی‌سازی	۰/۷۱	۰/۷۴	۰/۰۳	تأیید
		بانکداری سایه‌ای	وجود بانکداری سایه‌ای	۰/۱۵	۰/۲۳	۰/۰۸	عدم‌تأیید
		بحران‌ها	بحران مالی	۰/۷۲	۰/۷۵	۰/۰۳	تأیید

	عوامل اجتماعی	اخلاق کاری	رویه‌های ضد رقابتی	۰/۱۵	۰/۱۱	-۰/۰۳	عدم‌تأیید
			شفافیت اطلاعاتی	۰/۶۲	۰/۶۵	۰/۰۳	تأیید
			مقررات زدایی	۰/۶۱	۰/۷۰	۰/۰۹	تأیید
		مدل کسب‌وکار	بانکداری اسلامی	۰/۶۸	۰/۷۳	۰/۰۵	تأیید
			انجام فعالیت‌های خارج از ترازنامه	۰/۶۶	۰/۷۴	۰/۰۸	تأیید
		مدیریت بازار	حفظ یا افزایش سهم بازار	۰/۶۷	۰/۷۳	۰/۰۶	تأیید
	عوامل مدیریتی	تصمیمات مدیران	مدل انگیزشی منابع انسانی	۰/۷۵	۰/۷۵	۰/۰۰	تأیید
			حبس پول	۰/۶۷	۰/۷۱	۰/۰۴	تأیید
			مدیریت پول	۰/۶۶	۰/۷۱	۰/۰۵	تأیید
			کنترل اشخاص مرتبط	۰/۲۱	۰/۲۷	۰/۰۶	عدم‌تأیید
			تصمیمات سرمایه‌گذاری	۰/۶۳	۰/۷۳	۰/۱۰	تأیید
			تصمیمات تسهیلات دهی	۰/۷۱	۰/۷۵	۰/۰۴	تأیید
		انگیزه‌های مدیران	کسب قدرت	۰/۶۲	۰/۶۷	۰/۰۵	تأیید
پیامدهای	عملکرد بانک‌ها	عملکرد مالی بانک‌ها	کارایی	۰/۷۰	۰/۷۴	۰/۰۴	تأیید
			هزینه	۰/۷۴	۰/۷۵	۰/۰۱	تأیید
			درآمد	۰/۶۹	۰/۷۳	۰/۰۴	تأیید
			سودآوری	۰/۷۰	۰/۷۳	۰/۰۳	تأیید
			سرمایه‌گذاری‌ها	۰/۶۸	۰/۷۴	۰/۰۶	تأیید
			ثبات	۰/۷۰	۰/۷۲	۰/۰۳	تأیید
			تسهیلات اعطایی و مطالبات	۰/۶۴	۰/۷۱	۰/۰۷	تأیید
			ریسک	۰/۶۴	۰/۷۰	۰/۰۵	تأیید

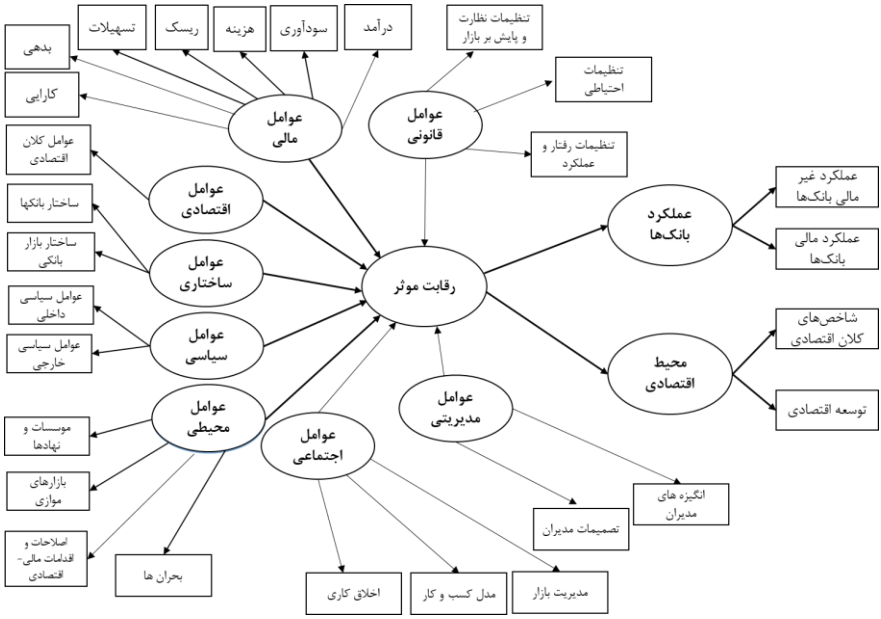
رقابت مؤثر		عملکرد غیرمالی بانک‌ها	فرهنگ و اخلاق حرفه‌ای	۰/۷۲	۰/۷۵	۰/۰۳	تأیید
			مدیریت بازاریابی و فروش	۰/۷۵	۰/۷۵	۰/۰۰	تأیید
			نوآوری	۰/۷۱	۰/۷۵	۰/۰۴	تأیید
	محیط اقتصادی	شاخص‌های کلان اقتصادی	نرخ سود	۰/۲۱	۰/۱۳	-۰/۰۸	عدم‌تأیید
			تولید ناخالص داخلی	۰/۶۵	۰/۷۳	۰/۰۷	تأیید
		توسعه اقتصادی	رفاه اجتماعی	۰/۶۳	۰/۷۱	۰/۰۸	تأیید
			بهره‌وری اقتصادی	۰/۶۶	۰/۷۵	۰/۰۹	تأیید
			چسبندگی هزینه	۰/۱۵	۰/۱۱	-۰/۰۳	عدم‌تأیید
شاخص رقابت مؤثر	رقابت مؤثر	عملکرد اثربخش بانک‌ها	قیمت‌گذاری مبتنی بر ریسک	۰/۲۱	۰/۱۳	-۰/۰۸	عدم‌تأیید
			عملکرد مبتنی بر محور مشتری مداری	۰/۷۱	۰/۷۵	۰/۰۴	تأیید
			رضایت کلیه ذینفعان بانک	۰/۳۶	۰/۲۹	-۰/۰۸	عدم‌تأیید
			شفافیت اطلاعاتی	۰/۶۳	۰/۶۹	۰/۰۶	تأیید
			به کارگیری ابزارهای مالی متنوع و نامحدود	۰/۳۲	۰/۲۴	-۰/۰۸	عدم‌تأیید
			پیروی از قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های بانک مرکزی	۰/۶۶	۰/۷۱	۰/۰۵	تأیید
			تأمین مالی متناسب با ریسک	۰/۶۷	۰/۷۱	۰/۰۴	تأیید
			یکسان بودن شیوه اعتبارسنجی مشتریان	۰/۱۱	۰/۰۶	-۰/۰۵	عدم‌تأیید
			به کارگیری جامع	۰/۷۵	۰/۷۵	۰/۰۰	تأیید

			اصول و قواعد بانکداری اسلامی				
			تناسب میان میزان سپرده گیری و اعطای تسهیلات	۰/۶۷	۰/۷۱	۰/۰۴	تأیید
			داشتن نسبت کفایت سرمایه قانونی	۰/۲۴	۰/۱۸	-۰/۰۶	عدم‌تأیید
			کارآمدی ساختارهای اعتبارسنجی و تسهیلات دهی	۰/۶۷	۰/۶۸	۰/۰۲	تأیید
			کاهش استقراض از بانک مرکزی	۰/۷۱	۰/۶۶	-۰/۰۵	تأیید
			کاهش حجم عملیات بازار بین‌بانکی	۰/۶۸	۰/۶۸	۰/۰۰	تأیید
		عملکرد اثربخش بانک مرکزی	نظارت مستمر و دوره‌ای بر عملکرد بانک‌ها	۰/۶۹	۰/۷۴	۰/۰۵	تأیید
			نظارت اصولی و صحیح بر مبنای استانداردهای بین‌المللی	۰/۷۰	۰/۷۴	۰/۰۴	تأیید
			داشتن نیروی ناظر کافی بر عملکرد نظام بانکی	۰/۲۸	۰/۲۰	-۰/۰۸	عدم‌تأیید
			به کارگیری شدت نظارتی یکسان برای بانک‌های دولتی و خصوصی	۰/۷۲	۰/۷۵	۰/۰۳	تأیید

			اعمال جرائم تعیین‌شده بر عدم اجرای قوانین و مقررات	۰/۷۴	۰/۷۵	۰/۰۱	تأیید
			استقلال بانک مرکزی	۰/۷۱	۰/۷۴	۰/۰۳	تأیید
			شفافیت قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های صادره	۰/۶۵	۰/۷۳	۰/۰۷	تأیید

منبع: یافته های تحقیق

بر اساس جدول ۶، میزان اختلاف دو مرحله اجرای دلفی فازی در مورد ۷۸ مضمون پایه کمتر از حد آستانه ۰/۱ بود. به عبارتی در مورد ۷۸ شاخص شناسایی شده طی دو مرحله دلفی، اجماع نظر و توافق بین خبرگان حاصل شد. بر این اساس الگوی پژوهش مطابق نمودار ۲ هست.



نمودار (۲)- الگوی بومی رقابت موثر در صنعت بانک‌داری(یافته های تحقیق)

در ادامه نیز راهکارهای مد نظر مدل پژوهش، با استفاده از روش دلفی فازی مورد بررسی قرار گرفت. در این تحلیل نیز میانگین فازی زدایی شده هر دو مرحله مورد ارزیابی قرار گرفت. در صورتی که میانگین دو مرحله بیش از مقدار استاندارد یعنی ۰.۵ باشد، این مضامین تأیید خواهند شد و در نهایت اگر اختلاف دو مرحله کمتر مساوی از ۰۱ باشد نشان‌دهنده تمام شدن فرایند دلفی فازی در مرحله دوم و اجماع نظرات خبرگان است که نتایج آن در جدول ۷ ارائه شده است.

جدول (۷)- میانگین غیر فازی شده مرحله اول و دوم و اختلاف دو مرحله و تأیید/رد شاخص‌ها

راهکارها	مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه	میانگین فازی زدایی شده مرحله اول	میانگین فازی زدایی شده مرحله دوم	اختلاف دو مرحله	وضعیت
	راهکارهای دستیابی به رقابت مؤثر	اقدامات بانک مرکزی	نظارت دقیق و صحیح بر اجرای قوانین و دستورالعمل‌های صادره	۰/۶۱	۰/۷۱	/۱۰۰	تأیید
			ایجاد و تکمیل سامانه‌های جامع و مکانیزه نظارت بر عملکرد بانک‌ها	۰/۷۱	۰/۷۳	۰/۰۲	تأیید
			صدور و ابلاغ قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های شفاف و جزئی	۰/۷۴	۰/۷۵	۰/۰۱	تأیید
			بازنگری در قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های صادره	۰/۶۶	۰/۷۱	۰/۰۵	تأیید
			طراحی مدل‌ها و ابزارهای مالی جدید	۰/۶۰	۰/۷۰	۰/۱۰	تأیید
			دسته‌بندی بانک‌ها و صدور و ابلاغ قوانین و دستورالعمل‌ها به تفکیک هر دسته	۰/۶۲	۰/۷۳	۰/۱۰	تأیید

			تعیین و اعمال جرائم سخت‌گیرانه‌تر بر عدم اجرای قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های صادره	۰/۷۳	۰/۷۴	۰/۰۱	تأیید
			هدایت کانال سرمایه‌گذاری و وام‌دهی بانک‌ها به سمت تولید	۰/۷۱	۰/۷۳	۰/۰۲	تأیید
		اقدامات دولت	عدم اتکا بودجه به درآمد نفتی	۰/۱۳	۰/۱۰	-۰/۰۳	عدم‌تأیید
			بازنگری در قوانین و مقررات مالیاتی و توسعه پایه‌های مالیاتی	۰/۶۲	۰/۷۱	۰/۰۹	تأیید
			جایگزین کردن استفاده از اوراق خزانه با استقراض از بانک مرکزی	۰/۶۸	۰/۷۰	۰/۰۲	تأیید
			رفع بی‌انضباطی مالی	۰/۲۱	۰/۱۵	-۰/۰۶	عدم‌تأیید
			عدم دخالت دولت در سیاست‌ها و عملیات بانک مرکزی و هماهنگی کامل میان سیاست‌های پولی و مالی	۰/۶۱	۰/۶۹	۰/۰۸	تأیید
			کاهش تدریجی یارانه پنهان	۰/۱۸	۰/۱۰	-۰/۰۸	عدم‌تأیید
		اقدامات بانک‌ها	ایجاد و تقویت حاکمیت شرکتی در بانک‌ها	۰/۷۰	۰/۷۳	۰/۰۳	تأیید
			برون‌سپاری اعتبارسنجی مشتریان به مؤسسات مورد تأیید بانک مرکزی	۰/۷۱	۰/۷۳	۰/۰۲	تأیید
			تقویت کنترل‌های داخلی	۰/۷۰	۰/۷۵	۰/۰۵	تأیید

منبع: یافته های تحقیق

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

با وجود تمهیدات و اقدامات دولت و بانک مرکزی در سال‌های اخیر در رابطه با افزایش و سالم‌سازی فضای رقابت بازار بانکی، متأسفانه همچنان شاهد رقابت منفی در شبکه بانکی کشور هستیم که از جمله مصادیق آن می‌توان به اضافه برداشت بانک‌ها از بانک مرکزی، تخطی از مقررات احتیاطی وضع شده توسط شورای پول و اعتبار همچون تسهیلات و تعهدات کلان، تسهیلات و تعهدات اشخاص مرتبط، حدود سرمایه‌گذاری‌ها، پذیرش سپرده با نرخ سود بالاتر از نرخ‌های ابلاغی و تسهیلات بدون بررسی (عدم رعایت بهداشت پرونده‌های اعتباری) اشاره کرد.

بدین ترتیب جهت شناسایی و تبیین ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های الگوی مزبور و ارائه راهکارهای عملیاتی، از روش‌های تحلیل مضمون و دلفی فازی استفاده شد. در مرحله تحلیل مضمون، در نهایت، مضامین سازمان دهنده در قالب مضامین فراگیر دسته‌بندی شد. در نهایت نتایج تحلیل مضمون اسناد و مصاحبه‌ها، به شناسایی ۱۳۰ مضمون پایه، ۳۷ مضمون سازمان دهنده و ۱۲ مضمون فراگیر به تفکیک چهار بخش تعریف رقابت مؤثر، عوامل اثرگذار بر آن و پیامدهایش و راهکارهای دستیابی به رقابت مؤثر بود.

سپس به‌منظور سنجش اعتبار مضامین شناسایی‌شده، از نظرات ۱۵ خبره و تکنیک دلفی فازی طی دو مرحله استفاده شد. میزان اختلاف دو مرحله اجرای دلفی فازی در مورد ۹۲ مضمون پایه کمتر از حد آستانه ۰.۱ بود. به عبارتی در مورد ۹۲ شاخص شناسایی شده طی دو مرحله دلفی، اجماع نظر و توافق بین خبرگان حاصل شد.

خبرگان در مورد ۱۴ معیار از ۱۷ معیار راهکارهای رقابت مؤثر به توافق رسیده‌اند و اختلاف‌نظر مراحل اول و دوم کمتر از آستانه خیلی کم (۰.۱) است. همچنین در بین مضامین پایه تأییدشده، بیشترین میزان توافق خبرگان در خصوص راهکارهای دستیابی به رقابت مؤثر در حوزه اقدامات بانک مرکزی بر صدور و ابلاغ قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های شفاف و جزئی ($\chi = 0.75$)، تعیین و اعمال جرائم سخت‌گیرانه‌تر بر عدم اجرای قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های صادره ($\chi = 0.74$)، دسته‌بندی بانک‌ها و صدور و ابلاغ قوانین و دستورالعمل‌ها به تفکیک هر دسته ($\chi = 0.73$) و هدایت کانال سرمایه‌گذاری و وام‌دهی

بانک‌ها به سمت تولید ($\chi = 0.73$)، در حوزه اقدامات دولت بر بازنگری در قوانین و مقررات مالیاتی و توسعه پایه‌های مالیاتی ($\chi = 0.71$) و در حوزه اقدامات بانک‌ها بر تقویت کنترل‌های داخلی ($\chi = 0.75$) بوده است.

در این پژوهش مضامین مؤید مضامین پژوهش آگوراکی و همکاران در سال ۲۰۲۰ ، در زمینه مقررات مالی و ساختار مقرراتی بهتر؛ پژوهش آلبایتی و همکاران در سال ۲۰۱۹، در مضامین بهره‌وری و بی‌ثباتی کلان اقتصادی؛ پژوهش گلی و اسکندری در سال ۲۰۱۹، با مضامین افزایش رقابت، تمرکز اعتبارات، اندازه بانک و رشد اقتصادی؛ پژوهش اون و پریرا در سال ۲۰۱۸، درجه رقابت؛ پژوهش سهرابی در سال ۲۰۱۷، مضامین شفافیت سیستم بانکی؛ کیفیت افشاء و اجرای مقررات؛ پژوهش حسین خان و همکاران در سال ۲۰۱۷، با مضامین دارایی، سپرده، تسهیلات، تمرکز بازار بانکی، رقابت بین بانک‌ها؛ در زمینه رقابتی‌تر شدن سیستم بانکی با پژوهش پورعبادلهان، فلاحی و ابراهیمی در سال ۲۰۲۱ ؛ در زمینه بی‌ثباتی کلان اقتصادی با پژوهش آلبایتی و همکاران، ۲۰۱۹؛ در زمینه شفافیت سیستم بانکی با پژوهش سهرابی در سال ۲۰۱۷؛ در زمینه ساختار بازار بانکی، رقابت‌پذیری بازار، متغیرهای نهادی و رقابت بین صنعت با پژوهش میرزائی و موره در سال ۲۰۱۴ همخوان بود.

بر طبق نتایج حاصل شده، رقابت مؤثر در صنعت بانکداری ایران به معنای عملکرد اثربخش بانک‌ها و عملکرد اثربخش بانک مرکزی هست. عوامل اثرگذار بر رقابت مؤثر شامل عوامل مالی، قانونی، اقتصادی، ساختاری، محیطی، اجتماعی، سیاسی و مدیریتی بوده و اعمال آن بر عملکرد مالی و غیرمالی بانک‌ها، شاخص‌های کلان اقتصادی و توسعه اقتصادی اثرگذار هست. به‌علاوه به‌منظور دستیابی به وضعیت رقابت مؤثر در صنعت بانکداری کشور می‌بایست اقداماتی توسط بانک مرکزی، دولت و خود بانک‌ها صورت پذیرد. بیشترین میزان توافق خبرگان در خصوص راهکارهای دستیابی به رقابت مؤثر بر صدور و ابلاغ قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های شفاف و جزئی، تعیین و اعمال جرائم سخت‌گیرانه‌تر بر عدم اجرای قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های صادره، دسته‌بندی بانک‌ها و صدور و ابلاغ قوانین و دستورالعمل‌ها به تفکیک هر دسته، ایجاد و تکمیل سامانه‌های جامع و مکانیزه نظارت بر عملکرد بانک‌ها و هدایت کانال سرمایه‌گذاری و وام‌دهی بانک‌ها به سمت تولید توسط بانک مرکزی، بازنگری در

قوانین و مقررات مالیاتی و توسعه پایه‌های مالیاتی توسط دولت و تقویت کنترل‌های داخلی توسط بانک‌ها بوده است.

بر این اساس پیشنهاد می‌گردد به‌منظور بهبود فضای رقابتی در نظام بانکی، بانک مرکزی، دولت و بانک‌ها اقدامات لازم جهت پیاده‌سازی راهکارهای مورد توجه خبرگان در پژوهش حاضر را برنامه‌ریزی و اجرا نمایند.

به بانک مرکزی توصیه می‌شود تا در راستای تقویت فضای رقابتی بانکی و در نتیجه افزایش سطح مقاومت صنعت بانکی کشور، مقررات و دستورالعمل‌های بانکی با امکان‌یابی بانک‌ها در بروز بهتر ظرفیت و توانمندی خود در اجرای وکالت بانکی موردبازنگری، تسهیل و اصلاح قرار گیرد.

به شبکه بانکی توصیه می‌شود که با توجه به نقش پررنگ شبکه بانکی در پیشبرد اهداف اقتصادی کشور و ایجاد فضای رقابتی، نیاز است تا این شبکه مهم اقتصادی با تلاش بیشتر برای بهبود حاکمیت شرکتی، مدیریت سازمانی و مدیریت ریسک اقدام مضاعفی را به سرانجام برساند.

می‌توان بیان کرد، دولت می‌تواند با تسهیل در ورود بخش خصوصی به شبکه بانکی، سهم بانک‌های خصوصی را در بازار بانکی افزایش دهد و سبب افزایش رقابت و بهبود عملکرد بانک‌ها در شبکه بانکی گردد.

بانک‌های بزرگ کشور بیشترین سهم را در بدهی به بانک مرکزی دارند که این مسئله بیانگر ریسک نقدینگی بالا در این گروه بانک‌ها است، با توجه به دولتی بودن ساختار بانک‌های بزرگ کشور، توجه به تنوع در تأمین مالی این گروه از بانک‌ها ضروری است. به‌خصوص پایین بودن نرخ سود سپرده در بانک‌های دولتی در مقایسه با بانک‌های خصوصی و شکل‌گیری مشکل جذب سپرده در این گروه از بانک‌ها به‌ضرورت طراحی راهکارهای نوین در تأمین مالی این بانک‌ها می‌افزاید.

با توجه به این مسئله که افزایش رقابت می‌تواند سبب کاهش هزینه‌های مطالبات مشکوک الوصول بانک‌ها شود، پیشنهاد می‌گردد که سیاست‌گذاران اقتصادی به‌وسیله ابزار قانون‌گذاری در راستای بهبود فضای رقابتی در نظام بانکی تلاش نمایند.

ازآنجاکه هم‌زمان با افزایش فضای رقابتی در سیستم بانکداری کشور، احتمال افزایش ریسک بازار وجود خواهد داشت، سیاست‌های پولی کشور بایستی در راستای کاهش بدهی‌های بین‌بانکی حرکت کنند و با توجه به این موضوع مدیریت نقدینگی در بانک‌ها الزامی خواهد بود. شرایط خاص کشور نظیر تحریم‌های ظالمانه، عدم ارتباط با سیستم جهانی و مشکلات اقتصادی بر عملکرد و ساختار شبکه بانکی مؤثر هستند. ازاین‌رو ارتقای وضعیت موجود بانکداری در داخل و همچنین منطقی ساختن آن با رویه‌های موجود بانکداری جهانی به‌ویژه در شرایط خاص کشور ایجاب می‌کند که فرایندهای بانکی موجود موردبازنگری اساسی قرار بگیرند.

همچنین به سایر محققین پیشنهاد می‌گردد باهدف بهبود وضعیت رقابت، الگوی بومی رقابت مؤثر را در سایر صنایع بررسی نمایند.

References

Agoraki, M. E. K., Kouretas, G. P., & Triantopoulos, C. (۲۰۲۰). Democracy, regulation and competition in emerging banking systems. Economic Modelling, ۸۴, ۱۹۰-۲۰۲. doi:۱۰.۱۰۱۶/j.econmod.۲۰۱۹.۰۴.۰۰۹.

Ahn, J. H. (۲۰۱۶). The impact of the banking competition in funding and lending markets on lending technology. Revue économique, (۶), ۱۱۱۷-۱۱۳۹.doi:۱۰.۳۹۱۷/reco.pr۲.۰۰۶۹

Albaity, M., Mallek, R. S., & Noman, A. H. M. (۲۰۱۹). Competition and bank stability in the MENA region: The moderating effect of Islamic versus conventional banks. Emerging Markets Review, ۳۸, ۳۱۰-۳۲۵. doi: ۱۰.۱۰۱۶/j.ememar.۲۰۱۹.۰۱.۰۰۳.

Balounejad Nouri, R., & Shajaripour, S. (۲۰۲۲). The Effect of Banking Competition on Financial Inclusion. Journal of Development and Capital, ۷(۱), ۱۸۱-۱۹۹. doi: ۱۰.۲۲۱۰۳/jdc.۲۰۲۲.۱۸۸۰۱.۱۱۹۳

Behrozi, S. (۲۰۲۲). Investigating the perceived quality of electronic banking services and its relationship with the satisfaction of customers of Tejarat Bank of Mazandaran province. Journal of value creating in Business Management, ۱(۲), ۷۸-۹۲. doi: ۱۰.۲۲۰۳۴/jbme.۲۰۲۲.۳۴۵۳۲۸.۱۰۲۵.

Bigdely, M. (۲۰۰۹). The Role of Regulation and Antitrust Banking Institution in Islamic Republic of Iran's Banking Industry. Qjerp. ۱۷ (۵۱) :۴۱-۷۴. (in persian).

). Testing for imperfect competition on EU deposit and loan ۲۰۰۳Bikker, J. (markets withBresnahan’s market power model. Research Series .۹۰–۷۰), ۵۲Supervision(

Biswas, S. S., & Koufopoulos, K. (۲۰۲۰). Bank competition and financing efficiency under asymmetric information. Journal of corporate finance, ۶۵, ۱۰۱۵۰۴. doi: ۱۰.۱۰۱۶/j.jcorpfin.۲۰۱۹.۱۰۱۵۰۴.

Boyatzis, R. (۱۹۹۸). Transforming qualitative information: thematic analysis .and code development. Sage Publications

Clark, E., Mare, D. S., & Radić, N. (۲۰۱۸). Cooperative banks: What do we know about competition and risk preferences?. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, ۵۲, ۹۰-۱۰۱. doi: ۱۰.۱۰۱۶/j.intfin.۲۰۱۷.۰۹.۰۰۸

Esfandiari, M. (۲۰۱۵). The country's banking network is in danger of a (in persian). Ponzi trap. Economic news (۱۴۹), ۷۲-۷۴.

Fallah, M., Haghshenas e kashani, F., & Rezaeian, A. (۲۰۲۰). Designing the Business Re-Engineering Model in Iranian Banking Industry with the Emphasis on Customer Orientation: An Exploratory Mixed-method Research. New Marketing Research Journal, ۱۰(۱), ۱۷-۳۸. doi: ۱۰.۲۲۱۰۸/nmrj.۲۰۲۰.۱۱۸۵۲۵.۱۸۲۸.

Ghaffari Nejad, A. H., Ferdowsi, F., & Mashhadi, R. (۲۰۱۸). Factors of non-conformity behavior and the emergence of a Ponzi game in the Riba-Free (interest-free) banking system of Iran. International Journal of Economics and Management Engineering, ۱۲(۱), ۶۷–۷۵.

Goli, Y., eskandari, B. (۲۰۱۹). Study the Relationship between Competition and cost Efficiency in Iran's Banking Industry. Qjerp. ۲۷ (۹۱) :۱۱۵-۱۳۰ (in persian).

Jalali Farahani, A., Sargolzaee, M., Dehghan Nayeri, L., & Ghaffari Nejad, A. H. (۲۰۲۰). Effects of Capital Raising on Liquidity Creation and Credit in the Banking System of Iran. Journal of Money and Economy, ۱۵(۱), ۱۰۱-۱۲. ۱۰.۲۹۲۵۲/jme.۱۵.۱.۱۰۱.

Jiang, C., Chang, Y. Q., Ge, X., & Si, D. K. (۲۰۲۳). Identifying the impact of bank competition on corporate shadow banking: Evidence from China. Economic Modelling, ۱۲۶, ۱۰۶۳۸۵. doi: ۱۰.۱۰۱۶/j.econmod.۲۰۲۳.۱۰۶۳۸۵.

Keimasi, M., Ghaffari Nejad, A., & Rezaei, S. (۲۰۱۶). The Impact of Banking System Sanctions on Their Profitability. Monetary and Banking Research Journal, ۹(۲۸), ۱۷۱-۱۹۷. (in persian).

Keshavarznia, H., & Wallace, M. (۲۰۲۳). Applying the Balanced Scorecard and the Delphi Method to Determine the Key Performance Factors for the Banking Industry in Iran. Open Journal of Business and Management,

۱۱(۳), ۸۲۱-۸۳۸. DOI: ۱۰.۴۲۳۶/ojbm.۲۰۲۳.۱۱۳۰۴۴

Keshavarznia, H., & Wallace, M. (۲۰۲۳, B). Using the Balanced Scorecard and the Analytic Hierarchy Process to Rank the Key Performance Factors in the Iranian Banking Industry. Open Journal of Business and Management, ۱۱(۳), ۱۳۵۹-۱۳۸۵. DOI: ۱۰.۴۲۳۶/ojbm.۲۰۲۳.۱۱۳۰۷۵.

Khan, H. H., Kutan, A. M., Ahmad, R. B., & Gee, C. S. (۲۰۱۷). Does higher bank concentration reduce the level of competition in the banking industry? Further evidence from South East Asian economies. International Review of Economics & Finance, ۵۲, ۹۱-۱۰۶. doi: ۱۰.۱۰۱۶/j.iref.۲۰۱۷.۰۹.۰۰۶

Khiabani, N., & Hamidisahneh, M. (۲۰۱۲). The effects of entry regulation on bank competition: The case of the Iranian banking industry. Journal of Applied Economics, ۱۵(۱), ۱۱۹-۱۳۷. doi:۱۰.۱۰۱۶/S۱۵۱۴-۰۳۲۶(۱۲)۶۰۰۰۶-۳.

Leroy, A. (۲۰۱۴). Competition and the bank lending channel in Eurozone. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, ۳۱, ۲۹۶-۳۱۴. doi:۱۰.۱۰۱۶/j.intfin.۲۰۱۴.۰۴.۰۰۳

Mirzaei, A., & Moore, T. (۲۰۱۴). What are the driving forces of bank competition across different income groups of countries?. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, ۳۲, ۳۸-۷۱. doi: ۱۰.۱۰۱۶/j.intfin.۲۰۱۴.۰۵.۰۰۳

Owen, A. L., & Pereira, J. M. (۲۰۱۸). Bank concentration, competition, and financial inclusion. Review of development finance, ۸(۱), ۱-۱۷. doi:۱۰.۱۰۱۶/j.rdf.۲۰۱۸.۰۵.۰۰۱.

Peykani, P., Ghaffari Nejad, A.H., Varshosaz, B. (۲۰۲۵). Challenges of Islamic Banking in Iran's Economy: Focusing on Financial Inclusion. In: Taghizadeh-Hesary, F., Mohd Thas Thaker, H., Bhatti, M.I., Allah Pitchay, A. (eds) Islamic Financial Markets and Institutions. Contributions to Economics. Springer, Singapore. doi:۱۰.۱۰۰۷/۹۷۸-۹۸۱-۹۶-۸۶۵۰-۶_۱

Pourebadollahan Covich, M., Fallahi, F., Ebrahimi, H. (۲۰۲۱). Bank Competition and Risk-taking in the Iranian Banking Industry. Qjerp. ۲۹ (۹۹) (in persian). :۲۴۳-۲۷۶.

URL: doi: ۱۰.۵۲۵۴۷/qjerp.۲۹.۹۹.۲۴۳

Rahmati, Y. (۲۰۲۲). Designing a Model for Explaining Competitive Tejarat Bank. Financial Economics, ۱۶(۵۸), ۴۷-۶۹. doi: ۱۰.۳۰۴۹۵/fed.۲۰۲۲.۶۹۱۵۰۰

safari, S., & ebrahimi, A. (۲۰۱۲). Measuring competitiveness of Iranian banks. Iranian Journal of Trade Studies, ۱۶(۶۴), ۱۸۷-۲۲۲. (in persian). doi: ۲۰.۱۰۰۱.۱.۱۷۳۵۰۷۹۴.۱۳۹۱.۱۶.۶۴.۷.۰

Shaffer, S., & DiSalvo, J. (۱۹۹۴). Conduct in a banking duopoly. Journal of Banking & Finance, ۱۸(۶), ۱۰۶۳-۱۰۸۲. doi: ۱۰.۱۰۱۶/۰۳۷۸-۴۲۶۶(۹۴)۰۰۰۶۰-۳.

tash, M. N. (۲۰۱۳). Understanding the concept of competition in the Shahiki economy and its size in Iran's economy. Commercial Surveys, ۱۱(۶۰), ۱-۱۶. . (in persian). doi:۲۰.۱۰۰۱.۱.۲۶۷۶۷۵۶۲.۱۳۹۲.۱۱.۶۰.۱.۵.

Shahiki Tash, M. N., & Abdi, Y. (۲۰۱۶). Measuring Competition in Iranian Banking Sector: The Hall-Roeger Approach. Journal of Economics and Modeling, ۷(۲۵), ۴۷-۷۳. (in persian). doi: ۲۰.۱۰۰۱.۱.۲۴۷۶۵۷۷۵.۱۳۹۵.۷.۲۵.۳.۲

Sobhani, H. Razm ahang, M. (۲۰۱۸). The consequences of risk taking and competition of banks in attracting deposits in the conditions of information asymmetry; Case Study of the Banking System of Iran. Economic Strategy, ۷(۲۶), ۱۶۹-۱۹۷. (in persian)

Sohrabi, F. (۲۰۱۷). Investigating the effect of the transparency of the banking system on the increase of banking competition in banks admitted to the Tehran Stock Exchange. Tehran: Master's Thesis, Islamic Azad University, Shahrood Branch. (in persian).

soltaninjad, M., Fathi Hafashjani, K., hashemzadeh, G., & alirezaee, A. (۲۰۲۱). The Presentation of a Pattern for Service Design and Development Process with a Competitiveness Approach in Iran Banking Industry. Business Intelligence Management Studies, ۹(۳۶), ۷۱-۱۱۳. doi: ۱۰.۲۲۰۵۴/ims.۲۰۲۱.۵۵۹۱۱.۱۸۳۲

Sosnick, S. H. (۱۹۶۸). Toward a concrete concept of effective competition. American Journal of Agricultural Economics, ۵۰(۴), ۸۲۷-۸۵۳. doi: ۱۰.۲۳۰۷/۱۲۳۷۶۲۲.

Taleghani, M., & einy dlejani, A. (۲۰۲۱). Branding of private banks with a

focus on consumer behavior and emotional commitment. Journal of value creating in Business Management, ۱(۱), ۱۱۹-۱۳۷. doi:

۱۰.۲۲۰۳۴/jbme.۲۰۲۲.۳۱۳۲۰۰.۱۰۰۳.

Tan, Y. (۲۰۱۶). The impacts of risk and competition on bank profitability in China. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, ۴۰, ۸۵-۱۱۰. doi:۱۰.۱۰۱۶/j.intfin.۲۰۱۵.۰۹.۰۰۳

Tan, Y., & Anchor, J. (۲۰۱۷). Does competition only impact on insolvency risk? New evidence from the Chinese banking industry. International Journal of Managerial Finance, ۱۳(۳), ۳۳۲-۳۵۴. doi:۱۰.۱۱۰۸/IJMF-۰۶-۲۰۱۶-۰۱۱۵

Tan, Y., & Floros, C. (۲۰۱۸). Risk, competition and efficiency in banking: Evidence from China. Global Finance Journal, ۳۵, ۲۲۳-۲۳۶.

doi:۱۰.۱۰۱۶/j.gfj.۲۰۱۷.۱۲.۰۰۱

Zhou, B., & Zhang, C. (۲۰۲۳). When green finance meets banking competition: Evidence from hard-to-abate enterprises of China. Pacific-Basin Finance Journal, ۷۸, ۱۰۱۹۵۴. doi: ۱۰.۱۰۱۶/j.pacfin.۲۰۲۳.۱۰۱۹۵۴.

Sarpong-Kumankoma, E., Abor, J., Aboagye, A.Q.Q. and Amidu, M. (۲۰۲۰), "Financial freedom, market power and bank margins in sub-Saharan Africa", Journal of Financial Regulation and Compliance, Vol. ۲۸ No. ۲, pp. ۲۸۳-۲۹۹. doi:۱۰.۱۱۰۸/JFRC-۰۵-۲۰۱۹-۰۰۶۶.

Islam, R., & Ahmad, R. (۲۰۲۰). Applicability of Mudarabah and Musharakah as Islamic micro-equity finance to underprivileged women in Malaysia. The European Journal of Development Research, ۳۲(۱), ۱۷۶-۱۹۷.

Doi:۱۰.۱۰۵۷/s۴۱۲۸۷-۰۱۹-۰۰۲۲۵-۳

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ۹٦-٦۹
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

مدل‌سازی سرریز بازده میان دلار، طلا، یورو و شاخص‌های گروهی بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از خانواده GARCH

رحیم نوین[۱]
رویا آل عمران[۲]
سید علی پایتختی اسکوئی[۳]

(تاریخ دریافت ۱۴۰۴/۴/۱۶ ـ تاریخ تصویب ۱۴۰۴/۵/۲۲)

نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:

در شرایط نااطمینانی شدید اقتصادی و سیاسی، چینش بهینه سبد دارایی‌های مالی مستلزم شناخت دقیق رابطه بازده و همبستگی میان دارایی‌هاست تا ریسک سرمایه‌گذاری به حداقل برسد. در ایران به دلیل تلاطم‌های مالی داخلی و چالش‌های ساختاری، این مسئله از اهمیت مضاعفی برخوردار است. پژوهش حاضر با هدف مدل‌سازی سرریز بازده میان دارایی‌های طلا، دلار، یورو و شاخص‌های گروهی منتخب بورس اوراق بهادار تهران (شامل گروه‌های خودرویی، بانکی و شیمیایی) در بازه روزانه ۱۳۹۷/۰۶/۰۴ تا ۱۴۰۱/۱۲/۲۴ انجام شده است. بدین منظور، ابتدا با

[۱] -گروه اقتصاد، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.
[۲] -گروه اقتصاد، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.(نویسنده مسئول): Roya.aleemran@iau.ac.ir
[۳] -گروه اقتصاد، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

به‌کارگیری رویکرد باکس–جنکینز، مدل‌های تک‌متغیره مناسب برای هر متغیر شناسایی و بر اساس معیارهای اطلاعاتی انتخاب شدند. سپس با استفاده از خانواده مدل‌های GARCH شامل GARCHو EGARCH با مرتبه‌های مختلف، اثرات سرریز بازده متقابل میان دارایی‌ها برآورد گردید. نتایج مدل‌های منتخب **EGARCH(۱,۲)** برای شاخص بانکی، **EGARCH(۱,۱)** برای شاخص شیمیایی، **GARCH(۱,۲)** برای طلا، **GARCH(۲,۲)** برای یورو و **AR(۲)** برای دلار نشان می‌دهد که شدت و جهت سرریز بازده در بین دارایی‌های مورد بررسی یکسان نبوده و الگوی پیچیده‌ای از روابط مثبت و منفی میان بازارهای ارز، طلا و سهام حاکم است. یافته‌ها می‌تواند به سرمایه‌گذاران و سیاست‌گذاران در تدوین راهبردهای تنوع‌بخشی و مدیریت ریسک کمک شایانی نماید.

واژه‌های کلیدی :سرریز بازده، شاخص‌های گروهی، بورس اوراق بهادار تهران، طلا، یورو، خانوادهGARCH

مقدمه

در میان دارایی‌های مالی، طلا یک طبقه دارایی مهم است که ملموس بودن آن، آن را کاملاً از دارایی‌های کاغذی مانند سهام، اوراق قرضه و ارز متمایز می‌کند. ویژگی‌های فیزیکی طلا به آن نقش مهمی به‌عنوان ذخیره ارزش می‌دهد، به‌ویژه در مواقع عدم‌اطمینان سیاسی و اقتصادی. در نتیجه، علاقه مستمری به نقش و تأثیر طلا بر بازارهای مالی توسط سرمایه‌گذاران به‌ویژه وجود داشته است. شوگل۱ (۱۹۸۰)، سولت و اسوانسون۲ (۱۹۸۱) و آگاروال و سونن۳ (۱۹۸۸) از پیشگامان مطالعه ماهیت و کارایی بازار طلا در ایالات متحده آمریکا بودند. در حالی که مطالعات عناصر جزئی وابستگی بازده و غیرعادی بازار را آشکار کردند، اما به‌طور کلی کارایی

---

[۱]-Tschoegl

[۲]-Solt & Swanson

[۳]-Aggarwal & Soenen

بازار نتیجه گرفتند، زیرا این باور وجود داشت که هیچ‌یک از ابهامات توزیعی به‌اندازه کافی برای ارائه فرصت‌های قابل بهره‌برداری بزرگ نیستند.

چواو همکاران۱ (۱۹۹۰) و جاف۲ (۱۹۸۹) مزایای تنوع بخشیدن به سبد سرمایه‌گذاری با سهام طلا را تحلیل کردند. جاف (۱۹۸۹) دریافت که طلا مزایای متنوعی را ارائه می‌دهد. جانسون و سونن۳ (۱۹۹۷) کار جاف (۱۹۸۹) را با بررسی نقش طلا در پرتفوی سرمایه‌گذاری از دیدگاه جهانی گسترش دادند. آنان دریافتند که در دوره ۱۹۸۴-۱۹۹۵، سهام و اوراق قرضه بر عملکرد طلا به‌عنوان یک سرمایه‌گذاری تسلط داشتند. دیویدسون و همکاران۴ (۲۰۰۳) دریافتند که ۲۲ صنعت از ۲۴ صنعت جهانی مورد بررسی در دوره ۱۹۷۵-۱۹۹۴ به‌صورت معنی‌داری از بازده طلا تأثیرپذیری داشته‌اند. آنان به این نتیجه رسیدند که طلا نقش مهمی در مدل‌های قیمت‌گذاری دارایی‌های بین‌المللی داشته است و تأثیرپذیری شرکت‌ها از این کالای تاریخی برجسته همچنان قوی است.

دیبولد و یلماز۵ (۲۰۰۹) وابستگی متقابل بازده دارایی و نوسانات بازده دارایی ۱۹ بازار جهانی سهام را برای دوره ژانویه ۱۹۹۲ تا نوامبر ۲۰۰۷ با استفاده از معیاری که آنها به‌عنوان شاخص سرریز از آن یاد می‌کنند، مستند کردند. آنها خاطرنشان کردند که شاخص سرریز با زمان متغیر است و نشان‌می‌دهد که وابستگی متقابل بین بازارها نیز با زمان متفاوت است و الگوی سرریزها بسته به اینکه آنها به بازده یا نوسانات نگاه می‌کنند، متفاوت است. به‌طور خاص، آنان دریافتند که به نظر می‌رسد بازدهی روند افزایش یکپارچگی بازار مالی را نشان‌می‌دهد، اما هیچ جهش شدیدی نداشته‌است. از سوی دیگر، نوسانات هیچ الگوی روندی را نشان ندادند.

با اینکه مبتنی بر تئوری اقتصادی، تغییرات در ارز خارجی می‌تواند با متأثر ساختن جریانات نقدی بر سرمایه‌گذاری و سودآوری بنگاه‌های اقتصادی و در نتیجه بازده سهام آنها اثرگذار باشد، اما

۱-Chua *et al.*

۲-Jaffe

۳-Johnson & Soenen

۴-Davidson *et al.*

۵-Diebold & Yilmaz

تحقیقات تجربی به نتایج متناقضی در این حوزه دست‌یافته‌اند (جوزف،[۱] ۲۰۰۲؛ ویگودینا،[۲] ۲۰۰۶). بر این اساس، مطالعه تجربی در این حوزه بسیار کم بوده و نیازمند مطالعات بیشتر است. بنا بر گزارشات سالانه بانک‌جهانی، بیش از ۵۰ درصد تولید ناخالص داخلی و تجارت بین‌المللی جهان متعلق به اتحادیه اروپا و ایالات متحده آمریکا می‌باشد. همین امر موجب شده‌است که یورو و دلار در بازارهای بین بانکی و جهانی دارای تعداد معامله‌گران بیشتر و عمق بازار بالا باشند. به‌عبارت دیگر، اکثر سرمایه‌گذاران بین‌المللی و داخلی این ارزها را برای تنوع بخشی به پرتفوی خود تقاضا می‌کنند. افزون بر آن، بر اساس گزارشات صندوق بین‌المللی پول، بانک‌های مرکزی و مؤسسات تأمین سرمایه در جهان نیز بخشی از پرتفوی خود را به این ارزها اختصاص داده‌اند. در واقع این ارزها نیز در کنار طلا به‌عنوان پشتوانه پول ملی بسیاری از کشورهای جهان در نظر گرفته‌می‌شود. این موضوع منجر به حساسیت بالای تصمیمات سیاسی و اقتصادی این گروه از کشورها برای سرمایه‌گذاران بین‌المللی شده‌است. بنا بر توضیحات فوق، به‌منظور چینش سبدی متنوع برای سرمایه‌گذاری باید همبستگی میان بازده دارایی‌های مالی مختلف را مطالعه نمود و تلاش کرد تا دارایی‌هایی با همبستگی کمتر که اثر سرریز بازده میان آنها در دامنه کم تا منفی قرار دارد، انتخاب گردد. این امر در شرایط تشدید نااطمینانی اقتصادی بسیار اهمیت خواهد داشت.

در محیط اقتصادی دارای درجه نااطمینانی بالای اقتصادی و سیاسی، مسئله چینش سبد دارایی‌های مالی یک چالش اساسی برای سرمایه‌گذاران در این بازارها است. در این حالت، چینش سبد بهینه که حداقل ریسک را به سرمایه‌گذار تحمیل کند، نیازمند دانستن رابطه میان بازده دارایی‌ها و میزان همبستگی آنها در این فاکتور است. در ایران نیز با توجه به چالش‌های روزافزون سیاسی و اقتصادی و نیز شرایط متلاطم مالی داخلی، این موضوع دارای اهمیتی بسیار بالاتر از سایر نقاط جهان است، لذا این تحقیق به‌دنبال مطالعه میزان و جهت اثرسرریز میان

---

[۱]- Joseph

[۲]-Vygodina

دارایی‌های مالی همچون، طلا، دلار، یورو و سهام در بورس اوراق‌بهادار تهران می‌باشد. در این راستای این تحقیق سه فرضیه کلی را دنبال می‌کند:

۱- اثر سرریز بازده میان بازار ارز و طلا کم است.

۲- اثر سرریز بازده میان بازار ارز و بازار سهام زیاد است.

۳- اثر سرریز بازده میان بازار طلا و بازار سهام وجود ندارد.

مطالعات متعددی در زمینه سرریز بازده و نوسانات در بازارهای مالی وجود دارد. بیشتر متون همانند احمد و همکاران[۱] (۲۰۰۵)، چانگ و ان جی[۲] (۱۹۹۲) و لی[۳] (۲۰۰۷) به بازده و اثر سرریز نوسان در بازارهای سهام پرداخته‌اند. اثر سرریز نوسانات از بازارهای سهام ایالات متحده و ژاپن به چهار بازار آسیایی توسط لیو و پان[۴] (۱۹۹۷) شناسایی شد که به این نتیجه رسیدند که بازارهای ایالات متحده در انتقال اطلاعات تأثیرگذارتر هستند. پذیرش یک ارز مشترک توسط اتحادیه اروپا به افزایش سطح یکپارچگی بین کشورهای اروپایی و ارائه شواهدی از اثرات سرریز قوی کمک کرد (ملی،[۵] ۲۰۰۳؛ ساوا و همکاران،[۶] ۲۰۰۴).دیبولد و یلماز (۲۰۰۹) و انگل و همکاران (۲۰۱۲) اثر سرریز را در میان کشورهای آسیای شرقی با استفاده از روش تجزیه واریانس بررسی کردند.

تعدادی از ادبیات وجود دارد که سعی در شناسایی اثر سرریز از یک بازار مالی به بازارهای دارایی دیگر دارد. سرریز نوسانات از قیمت نفت خام به بازارهای سهام در ژاپن، نروژ، بریتانیا و ایالات متحده توسط آگرن[۷] (۲۰۰۶) مورد مطالعه قرار گرفت و با شواهد قوی از سرریز به نتیجه

---

[۱]-Ahmad *et al.*

[۲]-Cheung & Ng

[۳]-Li

[۴]-Liu & Pan

[۵]-Melle

[۶]-Savva*et al.*

[۷]-Agren

رسید. یک سرریز نوسان دو طرفه توسط چولیا و تورو۱ (۲۰۰۸) بین بازار سهام یورو و بازارهای آتی اوراق قرضه شناسایی شد. همچنین، یک سرریز نوسان قابل توجه از بازار سهام به بازار ارز برای فرانسه، ایتالیا، ژاپن و ایالات متحده توسط یانگ و دونگ۲ (۲۰۰۴) شناسایی شد. سولنیک۳ (۱۹۷۴) و التون و گروبر۴ (۱۹۹۲) دریافتند که سودآوری پرتفوی بین‌المللی تنها در در صورتی امکان‌پذیر است که سطح پایینی از همبستگی بین بازارهای سهام ملی و بازارهای اوراق قرضه وجود داشته‌باشد. دوماس و سولنیک۵ (۱۹۹۵) و دسانتیس و جرارد۶ (۱۹۹۸) بیان بیان نمودند که قرار گرفتن در معرض ریسک ارزی عامل تعیین‌کننده بازده سهام بین‌المللی است.

مطالعات آگاروال (۱۹۸۱)، سونن و هنیگار۷ (۱۹۸۸) و رول۸ (۱۹۹۲) رابطه بین سهام و بازارهای بازارهای ارز خارجی را بررسی کردند. در این میان، آگاروال (۱۹۸۱) و رول (۱۹۹۲) دریافتند که تجدید ارزیابی دلار آمریکا رابطه مثبتی با بازده بازار سهام دارد، در حالی که سونن و هنیگار (۱۹۸۸) رابطه منفی بین بازار دلار آمریکا و بازده بازار سهام را مشاهده نمودند.

سرریز نوسانات بین بازارهای ارز توسط کوسندا و همکاران۹ (۲۰۱۱) با در نظر گرفتن ارزهای اروپای مرکزی و نرخ ارز یورو / دلار شناسایی شد. آنها به این نتیجه رسیدند که شواهد قوی از سرریز وجود دارد و سرریزهای نوسان تمایل به افزایش در دوره‌هایی دارند که با عدم اطمینان

۱-Chuliá & Torro

۲-Yang & Doong

۳-Solnik

۴ -Elton & Gruber

۵-Dumas & Solnik

۶-De Santis & Gerard

۷-Soenen & Hennigar

۸-Roll

۹-Kocenda*et al.*

بازار مشخص می‌شود. نیکولاوس[۱] (۲۰۱۲) سرریز در بازده یورو، پوند، فرانک سوئیس و ین در در برابر دلار را قبل و بعد از معرفی یورو ارزیابی کرد. یورو، ارز غالب در انتقال نوسانات است و پوند دریافت‌کننده خالص غالب است.

در مطالعات جدیدتر نیز اردوغان و همکاران[۲] (۲۰۲۰) به منظورمطالعه وجود اثرات سرریز نوسان بین بازارهای ارز و بازارهای سهام اسلامی در سه کشور بزرگ نوظهور هند، مالزی و ترکیه از داده‌های روزانه برای دوره ۲۰۱۳-۲۰۱۹ در قالب روش GARCH استفاده کردند. نتایج تنها سرریزهای نوسانات از بازار سهام اسلامی به بازار ارز فقط در ترکیه را تایید نمود. نتایج آزمون متغیر با زمان نیز وجود سرریز نوسان حداقل یک‌طرفه بین نرخ ارز و بازار سهام اسلامی در دوره‌های خاص را نشان داد.

هانگ[۳] (۲۰۱۹) با مدل EGARCH برای بازه روزانه از ابتدای آوریل ۲۰۰۰ تا ۲۹ سپتامبر سپتامبر ۲۰۱۷ به مطالعه اثرات سرریز نوسان نامتقارن بین باز را سهام و بازار ارز در مجارستان، لهستان، جمهوری چک، رومانی و کرواسی مبادرت ورزید. نتایج نشانگر سرریز نوسانات دوطرفه بین بازار سهام و بازار ارز مجارستان در همه دوره‌ها، لهستان در دوره پس از بحران، سرریز نوسان یک‌طرفه در کرواسی در قبل از بحران و دوره بحران و از ارز تا بازار بورس در جمهوری چک طی دو دوره بود. در کرواسی نیز دو بازار مالی مورد بررسی سرریز نوسانات نشان ندادند.

مک‌دونالد و همکاران[۴] (۲۰۱۸) در قالب رویکرد GARCH چند متغیره، جزئیات احتمالی احتمالی کوواریانس متقابل و اثرات سرریز بین اقتصادهای منطقه یورو و بازارهای مالی را مطالعه نمودند. نتایج، انتقال استرس مهم و شدید بر بازارهای بانکی و پولی و همچنین اثرات سرریز قابل توجه کشورهای اصلی را نشان داد.

---

[۱] -Nikolaos

[۲] -Erdoğan*et al.*

[۳] - Hung

[۴] -MacDonald *et al.*

میخاییلوف[۱] (۲۰۱۸) با هدف مطالعه اثر سرریز نوسان بین بازارهای سهام و ارز در کشورهای روسیه و برزیل در دوره روزانه از ۳ مارس ۲۰۰۹ تا ۳ مارس ۲۰۱۷ از رویکرد FIGARCH بهره بردند. نتایج آنان نشان داد که حافظه بلندمدت در پویایی نوسانات، زمانی که مدل‌ها شکست‌ها و اصطکاک‌های ساختاری را در بر می‌گیرند، وجود دارد. همچنین، اثر سرریز نوسانات در یک جهت از نرخ ارز به بازار سهام در هر دو بازار موجود است.

چنین مطالعاتی در پژوهش‌های داخلی نیز با وجود اندک بودن، وجود دارند که در ادامه به بررسی رویکرد و نتایج آنها پرداخته می‌شود.

ده باشی و همکاران (۱۳۹۹) به‌منظور مطالعه اثرات سرریز شوک‌های وارده به هر یک از بازارهای مالی در ایران و واکنش هر یک از بازارها به آنها، از داده‌های روزانه شاخص قیمت بورس اوراق‌بهادار تهران، نرخ دلار و طلا در دوره ۲۵ مارس ۲۰۰۹ تا ۱۸ ژوئیه ۲۰۱۸ در قالب رویکردVAR-GARCH-BEKK با لحاظ واریانس ناهمسان جملات خطا از نوع MGARCHبهره بردند. نتایج مطالعه آنان نشان داد که سرریز ریسک بین بازارهای ارز و سهام دوطرفه می‌باشد. با این وجود، سرریز ریسک در سایر بازارها از بازار ارز به بازار طلا و از بازار طلا به بازار سهام بوده است. افزون بر آن، توابع واکنش آنی، انتقال نااطمینانی در بین بازارهای مالی در ایران را نشان می‌دهند.

هاشمی و همکاران (۱۳۹۹) به‌دنبال مطالعه تأثیر بازده سایر بازارهای مالی بر بازده بورس اوراق بهادار تهران از مدل سرریز نوسانات دیبولد و یلماز برای دوره ماهانه از ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۸ استفاده کردند. نتایج مطالعه آنان، وجود اثرات سرریز نامتقارن بین بازارهای مالی و بازار بورس را تایید نمود.

باقری و انصاری سامانی (۱۳۹۹) با هدف بررسی اثر سرریز بحران مالی جهانی بر بازار نفت اوپک، به بررسی چهار دوره پیش از بحران، بحران مالی آمریکا (در سال ۲۰۰۸)، بحران بدهی اروپا و پس از بحران مالی از شاخص سرریز و مدل شبکه پیچیده برای دوره زمانی ۲ ژانویه

---

[۱]-Mikhaylov

۲۰۰۷ تا ۲۶ اوت ۲۰۱۹ استفاده نمودند. بر طبق نتایج، در زمان بحران مالی آمریکا و بحران بدهی اروپا، بازار سهام نیویورک به‌عنوان گره انتقال‌دهنده عمل نموده و شوک را به بازارهای دیگر منتقل کرده است.

کریمی و همکاران (۱۳۹۷) اثرات سرریز بین بازارهای نفت و بورس اوراق‌بهادار تهران با تفکیک دوران پیش و پس از تحریم و بعد از برجام به‌صورت مقایسه چندگانه با استفاده از رویکرد VAR-GARCH-BEKK را مورد مطالعه قرار دادند. داده‌های مورد استفاده آنان از ۲۳ آذر ۱۳۸۷ تا ۱۹ بهمن ۱۳۹۶ به‌صورت هفتگی بود. یافته‌ها نشان داد که اثر سرریز در دوره اول (پیش از شروع تحریم نفتی) به‌صورت یک‌طرفه از بازار نفت به بازار بورس می‌باشد. در دوران تحریم نیز این تأثیر در کوتاه‌مدت به‌صورت دوطرفه و در بلندمدت به‌صورت یک‌طرفه از بازار نفت به بازار بورس اتفاق افتاده‌است. در دوره سوم (پسابرجام) نیز رابطه یک‌طرفه و از بازار نفت به بازار بورس بوده است.

فتاحی و همکاران (۱۳۹۶) به‌دنبال مطالعه جهت سرایت شوک‌های مثبت و منفی در بازارهای نفت، بورس اوراق‌بهادار تهران، ارز و طلا در بازه ۲۳ آذر ۱۳۸۷ تا ۱۶ آذر ۱۳۹۵ به‌صورت هفتگی، از روش ترکیبی فرآیند اورنشتاین اولنبک و تبدیل موجک پیوسته بهره بردند. بر مبنای یافته‌ها، نقطه شروع سرایت شوک در بازارهای ایران، از بازار نفت شروع و سرعت همگام‌سازی این بازار با بازار بورس بیش از سایر بازارهای مورد مطالعه می‌باشد. به‌ترتیب بازار ارز و طلا نیز در رتبه‌های بعدی از این منظر قرار می‌گیرند. همچنین، در کوتاه‌مدت میان بازار نفت و سایر بازارها همبستگی زیادی وجود دارد. با این حال، در بلندمدت میان بازار نفت و بازار سهام و ارز همبستگی با قوت باقی است. پس از تحریم نفتی در سال ۲۰۱۲ نیز، همبستگی میان بازار نفت و بازارهای ارز و سهام در میان‌مدت افزایش یافته‌است.

۱. روش تحقیق

در این پژوهش، با استناد به مطالعات آبوسدرا و همکاران (۲۰۲۰)، آنتوناکیس و بادینگار (۲۰۱۶) و میشرا و همکاران (۲۰۰۷)، به‌منظور مدل‌سازی سرریز بازده میان دلار، طلا، یورو و شاخص‌های گروهی منتخب بورس اوراق بهادار تهران و نیز یافتن مدل بهینه، از خانواده مدل‌های GARCHبهره گرفته شده است. فرایند مدل‌سازی با برآورد مدل‌های تک‌متغیره مبتنی بر AR

آغاز و تا مدل‌های EGARCH گسترش می‌یابد. پس از تخمین هر یک از مدل‌ها، مناسب‌ترین مدل تک‌متغیره برای هر یک از متغیرهای مورد بررسی (دلار، طلا، یورو و هر یک از شاخص‌های گروهی) بر اساس معیارهای اطلاعات (مانند AIC وBIC) انتخاب می‌گردد؛ به‌گونه‌ای که مدل دارای کمترین مقدار معیار اطلاعاتی، به‌عنوان مدل بهینه شناخته می‌شود. در گام بعدی، باقیمانده‌های مدل بهینه هر متغیر استخراج شده و به‌عنوان شوک ناشی از تغییرات بازده آن متغیر، به معادله واریانس شرطی (نوسان) متغیر بعدی افزوده می‌شود و مدل دوباره تخمین زده می‌شود. در صورتی که ضریب این شوک در معادله نوسان از لحاظ آماری معنی‌دار باشد، وجود اثر سرریز بازده تأیید شده و میزان آن برآورد می‌گردد.

مدل‌های سرریز نوسان بازده برای GARCH(۱,۱) و EGARCH(۱,۱) به‌ترتیب در ادامه بیان می‌شود.

معادلات سرریز نوسان بازده برای مدل GARCH(۱,۱) در زیر نشان داده‌شده‌است:

$$g_{t\,(stock)} = \alpha_{.} + \beta_{.}\varepsilon^{۲}_{t-۱\,(stock)} + \theta_{.}g_{t-۱\,(stock)} + \varphi_{.}(sqresid_{exchang})\text{(۱)}$$

$$g_{t\,(exchang)} = \alpha_{۱} + \beta_{۱}\varepsilon^{۲}_{t-۱\,(exchang)} + \theta_{۱}g_{t-۱\,(exchang)} + \varphi_{۱}(sqresid_{stock})\text{(۲)}$$

$$g_{t\,(exchang)} = \alpha_{۲} + \beta_{۲}\varepsilon^{۲}_{t-۱\,(exchang)} + \theta_{۲}g_{t-۱\,(exchang)} + \varphi_{۲}(sqresid_{gold})\text{(۳)}$$

$$g_{t\,(gold)} = \alpha_{۳} + \beta_{۳}\varepsilon^{۲}_{t-۱\,(gold)} + \theta_{۳}g_{t-۱\,(gold)} + \varphi_{۳}(sqresid_{exchang})\text{(۴)}$$

$$g_{t\,(gold)} = \alpha_{۴} + \beta_{۴}\varepsilon^{۲}_{t-۱\,(gold)} + \theta_{۴}g_{t-۱\,(gold)} + \varphi_{۴}(sqresid_{stock})\text{(۵)}$$

$$g_{t\,(stock)} = \alpha_{۵} + \beta_{۵}\varepsilon^{۲}_{t-۱\,(stock)} + \theta_{۵}g_{t-۱\,(stock)} + \varphi_{۵}(sqresid_{gold})\text{(۶)}$$

که در آن، α عددی اکیداً بزرگ‌تر از صفر، β و θ نیز نامنفی هستند. در همه معادلات فوق g_t

واریانس شرطی شاخص‌های مورد بررسی می‌باشد. نوسانات دوره‌های پیشین به‌صورت مربع باقیمانده‌های دوره‌های قبلی ($\varepsilon^{۲}_{t-۱}$)، واریانس پیش‌بینی دوره‌های گذشته ($g_{t-۱}$) و مجذور باقیمانده حاصل از مدل مربوط به نرخ ارز، شاخص بورس و طلا مورد بررسی به‌ترتیب توسط $sqresid_{exchang}$، $sqresid_{stock}$ و $sqresid_{gold}$ نشان داده‌شده‌است.

معادلاتی که در ادامه بررسی می‌شوند نیز مربوط به سرریز نوسان بازده مبتنی بر مدل EGARCH(۱,۱) است:

$$lng_{t\,(stock)} = \alpha_{۰} + \beta_{۰} lng_{t-۱\,(stock)} + \theta_{۰}\left|\frac{\varepsilon_{t-۱\,(stock)}}{\sqrt{g_{t-۱\,(stock)}}}\right| + \delta_{۰}\frac{\varepsilon_{t-۱\,(stock)}}{\sqrt{g_{t-۱\,(stock)}}} + \varphi_{۰}(resid_{exchang})$$

$$lng_{t\,(exchang)} = \alpha_{۱} + \beta_{۱} lng_{t-۱\,(exchang)} + \theta_{۱}\left|\frac{\varepsilon_{t-۱\,(exchang)}}{\sqrt{g_{t-۱\,(exchang)}}}\right| + \delta_{۱}\frac{\varepsilon_{t-۱\,(exchang)}}{\sqrt{g_{t-۱\,(exchang)}}} + \varphi_{۱}(resid_{stock})$$

$$lng_{t\,(stock)} = \alpha_{۲} + \beta_{۲} lng_{t-۱\,(stock)} + \theta_{۲}\left|\frac{\varepsilon_{t-۱\,(stock)}}{\sqrt{g_{t-۱\,(stock)}}}\right| + \delta_{۲}\frac{\varepsilon_{t-۱\,(stock)}}{\sqrt{g_{t-۱\,(stock)}}} + \varphi_{۲}(resid_{gold})$$

$$lng_{t\,(exchang)} = \alpha_{۳} + \beta_{۳} lng_{t-۱\,(exchang)} + \theta_{۳}\left|\frac{\varepsilon_{t-۱\,(exchang)}}{\sqrt{g_{t-۱\,(exchang)}}}\right| + \delta_{۳}\frac{\varepsilon_{t-۱\,(exchang)}}{\sqrt{g_{t-۱\,(exchang)}}} + \varphi_{۳}(resid_{gold})$$

$$lng_{t\,(gold)} = \alpha_{۴} + \beta_{۴} lng_{t-۱\,(gold)} + \theta_{۴}\left|\frac{\varepsilon_{t-۱\,(gold)}}{\sqrt{g_{t-۱\,(gold)}}}\right| + \delta_{۴}\frac{\varepsilon_{t-۱\,(gold)}}{\sqrt{g_{t-۱\,(gold)}}} + \varphi_{۴}(resid_{stock})$$

$$lng_{t\,(gold)} = \alpha_5 + \beta_5 lng_{t-1\,(gold)} + \theta_5 \left| \frac{\varepsilon_{t-1\,(gold)}}{\sqrt{g_{t-1\,(gold)}}} \right| + \delta_5 \frac{\varepsilon_{t-1\,(gold)}}{\sqrt{g_{t-1\,(gold)}}} + \varphi_5 (resid_{exchang})$$

در معادلات فوق، با توجه به اینکه نوسانات بازده به‌صورت لگاریتمی محاسبه می‌شوند، دامنه تغییرات آنها محدودتر شده و مقادیر به یکدیگر نزدیک‌تر خواهند بود. جامعه آماری این پژوهش شامل متغیرهای مالی زیر در بازه روزانه از ۲۸ مرداد ۱۳۹۷ تا ۱۹ اردیبهشت ۱۴۰۱ می‌باشد:

- دلار و یورو به‌عنوان نمایندگان بازار ارز،
- طلا (قیمت گرم طلای ۱۸ عیار) به‌عنوان نماینده بازار فلزات گران‌بها،
- شاخص‌های گروهی منتخب بورس اوراق بهادار تهران شامل گروه خودرویی، گروه پالایشی و گروه بانکی که از شاخص‌های صنایع پراهمیت در بازار سهام محسوب می‌شوند.

۲. تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

۲-۱- خصوصیات آماری متغیرهای تحقیق

جدول(۱) ویژگی‌های آمار توصیفی متغیرهای مدل را نشان‌می‌دهد.

جدول ۱. خصوصیات آماری متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	چولگی	کشیدگی	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	آماره جارک-برا	احتمال
بازده روزانه شاخص گروه خودرویی	۰/۳۰۷۹	۰/۳۳۵۴	۵/۲۰۳۹	۱۵/۷۸۴۷	۱۲/۹۸۵۲-	۲/۵۵۸۷	۲۰۸/۰۸۸۳	۰/۰۰۰۰
بازده روزانه شاخص گروه بانکی	۰/۲۷۳۹	۲/۱۶۸۳	۲۳/۱۳۹۳	۲۵/۵۲۹۷	۸/۳۷۴۱-	۲/۳۳۷۰	۱۶۶۴۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰
بازده روزانه شاخص گروه شیمیایی	۰/۲۹۱۲	۰/۵۵۴۸	۷/۹۸۶۶	۱۴/۴۵۱۸	۱۰/۳۸۱۰-	۱/۹۹۳۶	۱۰۲۳/۲۳۶	۰/۰۰۰۰
بازده روزانه طلا	۰/۲۱۹۶	۰/۷۶۹۸-	۹/۳۲۲۰	۸/۷۷۷۱	۱۳/۲۰۳۰-	۲/۱۰۸۷	۱۶۶۰/۰۲۳	۰/۰۰۰۰
بازده روزانه دلار	۰/۱۵۷۷	۰/۵۱۸۰	۲۵/۲۳۳۳	۲۳/۳۹۴۰	۱۶/۶۱۴۳-	۲/۳۰۸۸	۱۹۴۲۳/۵۵	۰/۰۰۰۰
بازده روزانه یورو	۰/۱۳۵۰	۴/۶۶۸۷	۹۱/۲۲۷۳	۳۷/۴۶۷۶	۱۴/۸۰۰۶-	۲/۲۴۰۸	۳۰۸۶۱۸/۲	۰/۰۰۰۰

منبع: پایگاه داده https://tse.irو https://www.tgju.org

با عنایت به نتایج جدول (۱)، به‌طور متوسط بازده روزانه شاخص گروه خودرویی در حدود ۰/۳ درصد بوده و بیشترین و کمترین مقدار بازده تجربه شده در بازه مورد بررسی به‌ترتیب در حدود ۱۵/۸ و ۱۳- درصد می‌باشد. با توجه به آماره چولگی، توزیع بازده شاخص گروه خودرویی در بازه روزانه دارای چوله به راست بوده و کشیدگی آن نیز بیش از نرمال می‌باشد که این امر نشان می‌دهد که بیشتر داده‌های توزیع در حول میانگین توزیع پراکنده‌شده‌اند. بر این اساس و نیز بر مبنای آماره جارک- برا می‌توان گفت که توزیع این متغیر نرمال نیست.

بر مبنای اطلاعات مندرج در جدول فوق، متوسط بازده روزانه شاخص گروه بانکی در بورس

اوراق‌بهادار تهران در حدود ۰/۲۷ درصد با بیشترین و کمترین مقدار به‌ترتیب در حدود ۲۵/۵ و ۸- درصد در بازه مورد بررسی بوده است. با توجه به مقدار آماره چولگی، توزیع این متغیر دارای چوله به راست بوده و آماره کشیدگی نیز با اختیار نمودن مقداری بسیار فراتر از ۳، نشان توزیع بیشتر داده‌ها در حول میانگین توزیع دارد. این دو آماره به‌همراه آماره جارک- برا نشان می‌دهند که توزیع متغیر مزبور در بازه مورد بررسی نرمال نیست.

بازده روزانه شاخص گروه شیمیایی نیز در دوره مورد بررسی به‌طور متوسط در حدود ۰/۲۹ درصد بوده که بیشترین و کمترین مقدار آن به‌ترتیب ۱۴ و ۱۰- درصد می‌باشد. افزون بر آن، آماره چولگی با اختیار نمودن مقداری بزرگ‌تر از صفر نشان‌می‌دهد که توزیع متغیر مزبور دارای چوله به راست می‌باشد. همچنین، کشیدگی توزیع این متغیر نیز بیشتر از ۳ بوده و نشان‌می‌دهد که بیشتر داده‌ها حول میانگین توزیع واقع‌شده‌اند. بر این اساس و نیز با توجه به آماره جارک- برا توزیع متغیر مزبور نرمال نیست.

بازده روزانه طلا نیز در دوره مورد بررسی به‌طور متوسط در حدود ۰/۲۲ درصد بوده است. بیشترین و کمترین مقدار بازده روزانه کسب شده نیز به‌ترتیب در حدود ۸/۸ و ۱۳- درصد می باشد. بر اساس آماره چولگی که مقداری منفی و از منظر قدرمطلق فراتر از صفر را اختیار نموده است، توزیع بازده متغیر مزبور دارای چوله به چپ بوده و بیشتر داده‌های پرت توزیع بازده منفی را نشان می‌دهند. آماره کشیدگی نیز بیشتر از ۳ بوده و نشان‌می‌دهد که بیشتر داده‌های بازده طلا حول میانگین بازده قرار گرفته‌اند. بر این اساس و نیز با توجه به آماره جارک- برا می‌توان گفت که توزیع بازده طلا در دوره مورد بررسی نرمال نیست.

بازده روزانه دلار نیز به‌طور متوسط در حدود ۰/۱۶ درصد بوده و بیشترین و کمترین مقداری که در طول بازه مورد بررسی داشته است به‌ترتیب در حدود ۲۳ و ۱۶/۶- درصد می‌باشد. بر اساس آماره چولگی، بیشتر داده‌های پرت در سمت مثبت توزیع قرار گرفته و توزیع دارای چوله به راست می‌باشد. بر طبق آماره کشیدگی نیز که بسیار بیشتر از ۳ است، بیشتر داده‌های مربوط به بازده روزانه طلا در دوره مورد بررسی در حول میانگین بازده قرار گرفته‌اند. بر این اساس و نیز با توجه به آماره جارک- برا، توزیع بازده روزانه طلا در دوره مورد بررسی نرمال نیست.

متوسط بازده روزانه یورو نیز در دوره مورد بررسی در حدود ۰/۱۳ درصد بوده که بیشینه و

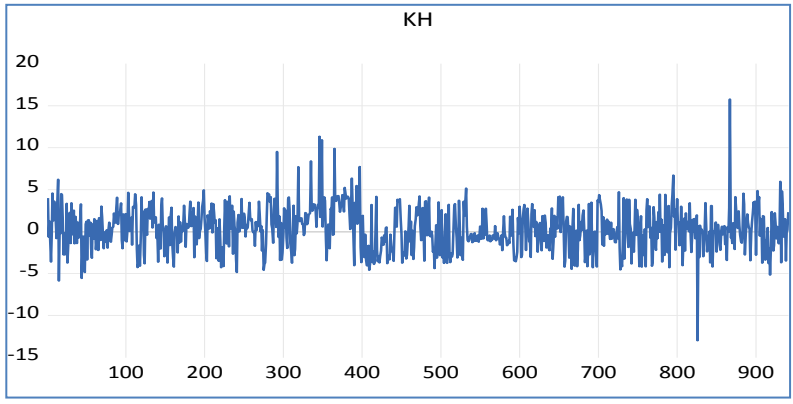
کمینه آن نیز به‌ترتیب در حدود ۳۷ و ۱۴/۸ درصد می‌باشد. بر اساس آماره چولگی، توزیع بازده یورو دارای چوله به راست بوده و با توجه به اینکه مقدار آماره (۴/۶) از مقدار این آماره برای سایر متغیرهای مورد بررسی بیشتر است، لذا داده‌های پرت در توزیع این متغیر به همان نسبت زیاد است و در سمت مثبت توزیع قرار دارند. آماره کشیدگی نیز مقداری بسیار بیشتر از ۳ گرفته که نشان‌می‌دهد تراکم فراوانی بازده یورو در حول میانگین بازده بالا است. بر اساس این دو آماره و نیز آماره جارک- برا، توزیع بازده یورو نرمال نیست.

۲-۲- بررسی روند متغیرهای تحقیق و متغیرهای مرتبط

به‌منظور بررسی روند زمانی تغییرات بازده متغیرها از نمودارها کمک گرفته‌می‌شود. بدین ترتیب، نمودارهای (۱) تا (۶) روند زمانی بازده متغیرهای تحقیق را ارائه می‌کنند.

۲-۲-۱- بررسی روند شاخص‌های صنایع بورس اوراق‌بهادار تهران

نمودارهای (۱) تا (۳) روند بازده شاخص خودرویی، بانکی و شیمیایی را به‌ترتیب در بورس اوراق‌بهادار تهران نشان‌می‌دهد.

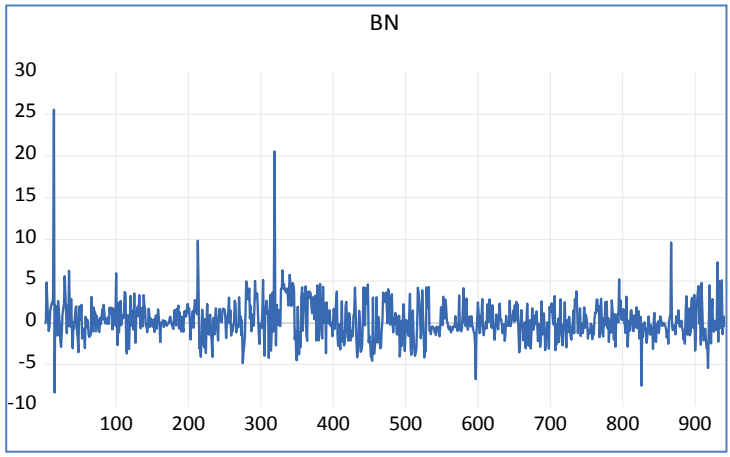


نمودار ۱. بازده روزانه شاخص خودرویی از ٤ شهریور ۱۳۹۷ تا ۲٤ اسفند ۱٤۰۱

منبع: محاسبات تحقیق

با عنایت به نمودار (۱)، بازده روزانه شاخص گروه خودرویی در غالب اوقات در حدود بازه ۵- و ۵ در نوسان بوده و دلیل این امر نیز محدودیت نوسان موجود در بازار بورس اوراق‌بهادار تهران برای نمادهای خودرویی است. نوسانات بیشتر نیز به‌دلیل بازگشایی برخی نمادهای تأثیرگذار بر

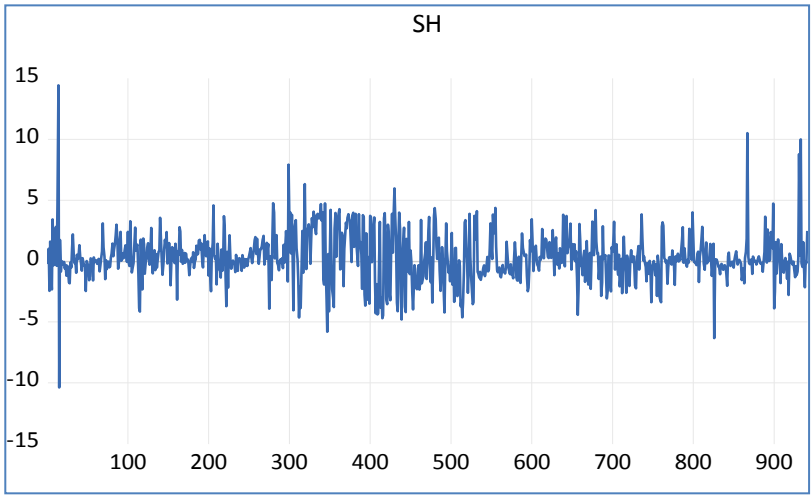
شاخص و نیز تغییر دامنه نوسان صورت گرفته در اواخر بازه می‌باشد.



نمودار ۲. بازده روزانه شاخص بانکی از ٤ شهریور ۱۳۹۷ تا ۲٤ اسفند ۱٤۰۱

منبع: محاسبات تحقیق

بازده روزانه شاخص گروه بانکی نیز با توجه به نمودار (۲)، در اغلب اوقات در بازه ۵- تا ۵ نوسان نموده‌است. با این وجود، در برخی دوره‌ها به‌دلیل بازگشایی برخی نمادهای تأثیرگذار و نیز تغییر دامنه نوسان نمادها توسط سازمان، بازده‌های مثبت و منفی فراتر از بازه مزبور را تجربه نموده‌است.



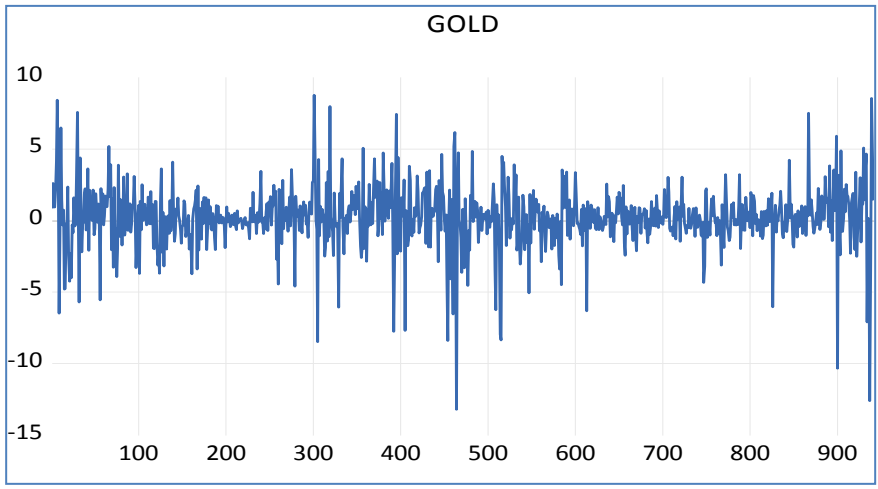
نمودار ۳. بازده روزانه شاخص شیمیایی از ٤ شهریور ۱۳۹۷ تا ۲٤ اسفند ۱٤۰۱

منبع: محاسبات تحقیق

بر مبنای نمودار (۳)، بازده شاخص گروه شیمیایی که شامل بنگاه‌های صنعت پتروشیمی است، در بازه ۵- و ۵ در حال نوسان بوده و تخطی بازده در برخی بازه‌ها از بازه مزبور به‌دلیل بازگشایی نمادهای تأثیرگذاری است که یا افشای اطلاعات جدید مثبت یا منفی داشته‌اند یا پس از مجمع عمومی عادی یا فوق‌العاده بازگشایی‌شده‌اند. در اواخر بازه مورد بررسی نیز نوسانات زیاد به‌دلیل تغییر دامنه نوسان در بیشتر نمادهای بورسی بوده است.

۲-۲-۲- بررسی روند بازده طلا، دلار و یورو در بازار آزاد کشور

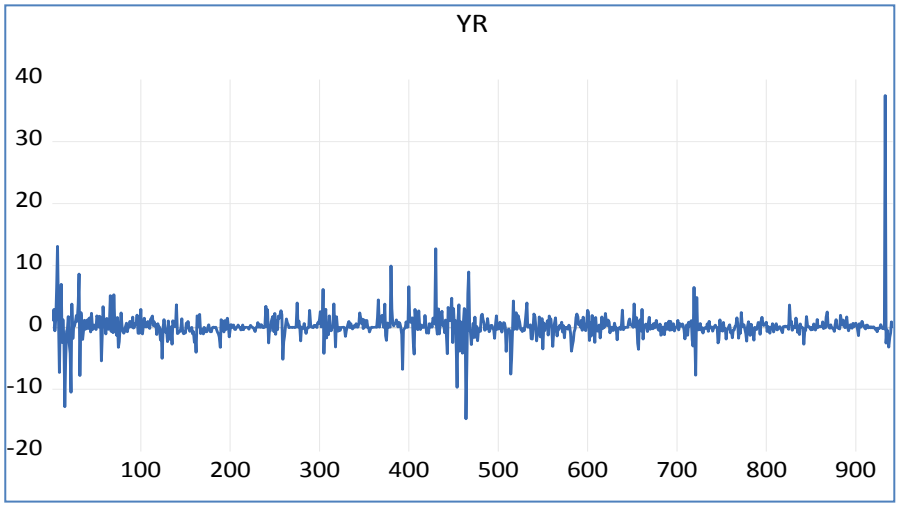
نمودارهای (۴) و (۶) روند تغییرات بازده روزانه طلا، یورو و دلار را در بازار آزاد در طی دوره مورد بررسی نشان می‌دهند.



نمودار ٤. بازده روزانه طلا در بازار آزاد از ٤ شهریور ۱۳۹۷ تا ٢٤ اسفند ١٤٠١

منبع: محاسبات تحقیق

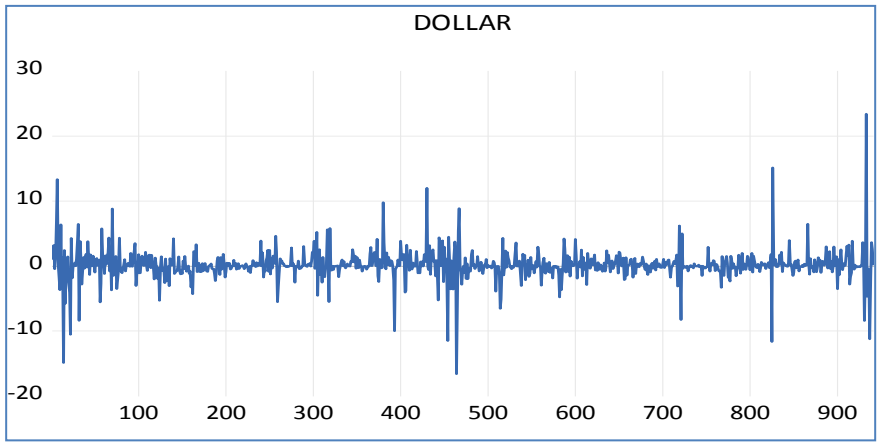
بر طبق نمودار (۴)، بازده روزانه قیمت طلای گرم ۱۸ عیار در بازار آزاد نوسانی بوده و در بازه مورد بررسی قوت نوسانات منفی بیش از نوسانات مثبت بوده است که این امر به‌دلیل ترس موجود در میان سرمایه‌گذاران این فلز گران‌بها از بازار و توجه به روند قیمت‌های جهانی طلا ناشی شده‌است. روند قیمت طلا در بازار داخلی افزون بر قیمت دلار و روند قیمت جهانی آن، تحت‌تأثیر متغیرهای سیاسی و چشم‌انداز داخلی بوده و در صورت بدتر شدن هر دو این متغیرها در داخل، بدون توجه به روندهای جهانی، وضعیت افزایشی به خود می‌گیرد. این امر موجب می‌شود که روندهای اصلاحی با توجه به فاصله گرفتن قیمت داخلی از قیمت جهانی، تندتر باشد. تکیه سرمایه‌گذاران به طلا در پرتفوی سرمایه‌گذاری خود در ایران به‌دلیل ارزش ذاتی این فلز بوده که به‌منظور حفظ قدرت خرید درآمد گزینه‌ای به‌مراتب مناسب‌تر از سایر دارایی‌های سرمایه‌ای است.



نمودار ۵. بازده روزانه یورو در بازار آزاد از ٤ شهریور ۱۳۹۷ تا ۲٤ اسفند ۱٤۰۱

منبع: محاسبات تحقیق

با عنایت به نمودار (۵)، بازده روزانه یورو در بیشتر دوره مورد بررسی کمتر از ۱۰- تا ۱۰ بوده است. با این حال، در برخی بازه‌ها نوسانات از این محدوده فراتر رفته و در بهترین حالت قیمت این ارز تا حوالی ۴۰ درصد نیز رشد را تجربه نموده‌است. این ارز نیز در ایران در پرتفوی سرمایه‌گذاری بسیاری از سرمایه‌گذاران بر روی دارایی‌های مالی جای گرفته است، اما محبوبیت دلار را ندارد. افزون بر آن، با توجه به قیمت نسبی بالاتر هر واحد این ارز از دلار، اقبال به‌سمت این ارز کمتر بوده است. لازم به ذکر است که این ارز نیز همانند طلا بیش از قیمت جهانی خود نسبت به دلار، از تحولات سیاسی و اقتصادی داخلی در ایران تأثیرپذیری داشته و نسبت یورو / دلار گاه عکس روند جهانی خود در ایران نوسان پذیرفته‌است. با این حال، با توجه به اینکه خرید یورو و هر ارز دیگری مصادف با خرید بدهی دولت‌ها می‌باشد، لذا همین امر طلا را به نسبت ارزهای خارجی پشتوانه بهتری برای حفظ ارزش پول و قدرت خرید آن نموده‌است.



نمودار ٦. بازده روزانه دلار در بازار آزاد از ٤ شهریور ۱۳۹۷ تا ٢٤ اسفند ١٤٠١

منبع: محاسبات تحقیق

نمودار (۶) نیز بازده روزانه دلار را در بازار آزاد کشور نشان‌می‌دهد. این ارز محبوب‌ترین ارز خارجی در میان سرمایه‌گذاران داخلی است. با توجه به اینکه بیشتر مبادلات بین‌المللی متکی به دلار می‌باشد، لذا این ارز دارای اهمیت فراوان برای کشورها بوده و برابری ارز رایج هر کشور با این ارز نشانگر ارزش پول ملی و دماسنج وضعیت اقتصادی کشورها است. این امر باعث شده که در ایران نیز سرمایه‌گذاران و مردم عادی برای حفظ قدرت خرید درآمد یا ثروت نقدی خود، بخش بزرگی از آن را به خرید این ارز اختصاص دهند. هر زمان که انتظارات از آینده سیاسی و اقتصادی کشور بدتر می‌شود، قیمت دلار رو به فزونی رفته و متعاقب آن تورم رخ می‌دهد. با توجه به نمودار نیز در بازه‌هایی که ثبات اقتصادی- سیاسی رخ‌داده، نوسانات بازده دلار کم بوده و به‌دنبال ایجاد اخباری منفی از چشم‌انداز سیاسی و اقتصادی کشور، نوسانات آن شدت گرفته است. در ضمن، با توجه به اینکه سیستم ارزی کشور برای این ارز از نوع شناور مدیریت شده‌است، مداخلات بانک مرکزی منجر به نوسانات منفی در بازار شده‌است. با این حال، با توجه به اینکه دولت بخشی از کسری بودجه خود را از نوسانات ارزی برطرف می‌کند، لذا می‌توان گفت که این ارز به‌عنوان کوره پول سوزی برای دولت عمل نموده و بخشی از قدرت خرید مردم را به دولت واگذار می‌کند. این امر با عنایت به‌شدت گرفتن تورم پس از هر صعود غیرعادی در قیمت ارز، قدرت خرید مردم را بیش از پیش کاهش داده و عدم پاسخ‌گو

بودن دولت به‌دلیل عدم استقلال بانک مرکزی از دولت و نیز دسترسی بدون محدودیت دولت به تمام منابع ارزی داخلی و با توجه به اینکه در طی سال‌های اخیر بخش عمرانی بودجه تحقق ۱۰۰ درصدی نداشته و سرمایه‌گذاری در بخش تولید منفی است، تنها منجر به کاهش ابعاد اقتصاد کشور و بدتر شدن وضعیت معیشت مردم در بلندمدت شده‌است.

۳. بحث و نتیجه‌گیری

سرریز بازده میان دارایی‌های مالی دارای اهمیت فراوان از منظر سرمایه‌گذاران و سیاست‌گذاران مالی و نهادی است. بر این اساس، این مطالعه به بررسی سرریز بازده میاندارایی‌هایی همچون، طلا، دلار، یورو و شاخص‌های عمده بورسی همچون شاخص گروه خودرویی، بانکی و شیمیایی برای بازه روزانه از ۴ شهریور ۱۳۹۷ تا ۲۴ اسفند ۱۴۰۱ با استفاده از رویکرد ARCHمی‌پردازد.

بررسی ویژگی‌های توصیفی متغیرهای تحقیق نشان‌می‌دهد که متوسط بازده روزانه شاخص گروه خودرویی در حدود ۰/۳ درصد بوده و بیشترین و کمترین مقدار بازده تجربه شده در بازه مورد بررسی به‌ترتیب در حدود ۱۵/۸ و ۱۳- درصد می‌باشد. با توجه به آماره چولگی، توزیع بازده شاخص گروه خودرویی در بازه روزانه دارای چوله به راست بوده و کشیدگی آن نیز بیش از نرمال می‌باشد که این امر نشان‌می‌دهد که بیشتر داده‌های توزیع در حول میانگین توزیع پراکنده شده‌اند. متوسط بازده روزانه شاخص گروه بانکی در بورس اوراق‌بهادار تهران در حدود ۰/۲۷ درصد با بیشترین و کمترین مقدار به‌ترتیب در حدود ۲۵/۵ و ۸- درصد در بازه مورد بررسی بوده است. با توجه به مقدار آماره چولگی، توزیع این متغیر دارای چوله به راست بوده و آماره کشیدگی نیز با اختیار نمودن مقداری بسیار فراتر از ۳، نشان توزیع بیشتر داده‌ها در حول میانگین توزیع دارد.

بازده روزانه شاخص گروه شیمیایی نیز در دوره مورد بررسی به‌طور متوسط در حدود ۰/۲۹ درصد بوده که بیشترین و کمترین مقدار آن به‌ترتیب ۱۴ و ۱۰- درصد می‌باشد. افزون بر آن، آماره چولگی با اختیار نمودن مقداری بزرگ‌تر از صفر نشان‌می‌دهد که توزیع متغیر مزبور دارای چوله به راست می‌باشد. همچنین، کشیدگی توزیع این متغیر نیز بیشتر از ۳ بوده و نشان‌می‌دهد که بیشتر داده‌ها حول میانگین توزیع واقع‌شده‌اند. بازده روزانه طلا نیز در دوره مورد بررسی به‌طور متوسط در حدود ۰/۲۲ درصد بوده است. بیشترین و کمترین مقدار بازده روزانه کسب شده نیز

به‌ترتیب در حدود ۸/۸ و ۱۳- درصد می‌باشد. بر اساس آماره چولگی که مقداری منفی و از منظر قدرمطلق فراتر از صفر را اختیار نموده‌است، توزیع بازده متغیر مزبور دارای چوله به چپ بوده و بیشتر داده‌های پرت توزیع بازده منفی را نشان می‌دهند. آماره کشیدگی نیز بیشتر از ۳ بوده و نشان‌می‌دهد که بیشتر داده‌های بازده طلا حول میانگین بازده قرار گرفته‌اند.

بازده روزانه دلار نیز به‌طور متوسط در حدود ۰/۱۶ درصد بوده و بیشترین و کمترین مقداری که در طول بازه مورد بررسی داشته است به‌ترتیب در حدود ۲۳ و ۱۶/۶- درصد می‌باشد. بر اساس آماره چولگی، بیشتر داده‌های پرت در سمت مثبت توزیع قرار گرفته و توزیع دارای چوله به راست می‌باشد. بر طبق آماره کشیدگی نیز که بسیار بیشتر از ۳ است، بیشتر داده‌های مربوط به بازده روزانه طلا در دوره مورد بررسی در حول میانگین بازده قرار گرفته‌اند. متوسط بازده روزانه یورو نیز در دوره مورد بررسی در حدود ۰/۱۳ درصد بوده که بیشینه و کمینه آن نیز به‌ترتیب در حدود ۳۷ و ۱۴/۸ درصد می‌باشد. بر اساس آماره چولگی، توزیع بازده یورو دارای چوله به راست بوده و با توجه به اینکه مقدار آماره (۴/۶) از مقدار این آماره برای سایر متغیرهای مورد بررسی بیشتر است، لذا داده‌های پرت در توزیع این متغیر به همان نسبت زیاد است و در سمت مثبت توزیع قرار دارند. آماره کشیدگی نیز مقداری بسیار بیشتر از ۳ گرفته که نشان‌می‌دهد تراکم فراوانی بازده یورو در حول میانگین بازده بالا است.

بررسی روند زمانی بازده روزانه شاخص گروه خودرویی نیز نشان‌می‌دهد که این شاخص در غالب اوقات در حدود بازه ۵- و ۵ در نوسان بوده و دلیل این امر نیز محدودیت نوسان موجود در بازار بورس اوراق‌بهادار تهران برای نمادهای خودرویی است. نوسانات بیشتر نیز به‌دلیل بازگشایی برخی نمادهای تأثیرگذار بر شاخص و نیز تغییر دامنه نوسان صورت گرفته در اواخر بازه می‌باشد. بازده روزانه شاخص گروه بانکی نیز نشان‌می‌دهد که در اغلب اوقات در بازه ۵- تا ۵ نوسان نموده‌است. با این وجود، در برخی دوره‌ها به‌دلیل بازگشایی برخی نمادهای تأثیرگذار و نیز تغییر دامنه نوسان نمادها توسط سازمان، بازده‌های مثبت و منفی فراتر از بازه مزبور را تجربه نموده‌است.

بازده شاخص گروه شیمیایی که شامل بنگاه‌های صنعت پتروشیمی است، در بازه ۵- و ۵ در حال نوسان بوده و تخطی بازده در برخی بازه‌ها از بازه مزبور به‌دلیل بازگشایی نمادهای تأثیرگذاری

است که یا افشای اطلاعات جدید مثبت یا منفی داشته‌اند یا پس از مجمع عمومی عادی یا فوق‌العاده بازگشایی‌شده‌اند. در اواخر بازه مورد بررسی نیز نوسانات زیاد به‌دلیل تغییر دامنه نوسان در بیشتر نمادهای بورسی بوده است. بازده روزانه قیمت طلای گرم ۱۸ عیار در بازار آزاد نوسانی بوده و در بازه مورد بررسی قوت نوسانات منفی بیش از نوسانات مثبت بوده است که این امر به دلیل ترس موجود در میان سرمایه‌گذاران این فلز گران‌بها از بازار و توجه به روند قیمت‌های جهانی طلا ناشی شده‌است. روند قیمت طلا در بازار داخلی افزون بر قیمت دلار و روند قیمت جهانی آن، تحت‌تأثیر متغیرهای سیاسی و چشم‌انداز داخلی بوده و در صورت بدتر شدن هر دو این متغیرها در داخل، بدون توجه به روندهای جهانی، وضعیت افزایشی به خود می‌گیرد. این امر موجب می‌شود که روندهای اصلاحی با توجه به فاصله گرفتن قیمت داخلی از قیمت جهانی، تندتر باشد. تکیه سرمایه‌گذاران به طلا در پرتفوی سرمایه‌گذاری خود در ایران به‌دلیل ارزش ذاتی این فلز بوده که به‌منظور حفظ قدرت خرید درآمد گزینه‌ای به‌مراتب مناسب‌تر از سایر دارایی‌های سرمایه‌ای است.

بازده روزانه یورو در بیشتر دوره مورد بررسی کمتر از ۱۰- تا ۱۰ بوده است. با این حال، در برخی بازه‌ها نوسانات از این محدوده فراتر رفته و در بهترین حالت قیمت این ارز تا حوالی ۴۰ درصد نیز رشد را تجربه نموده‌است. این ارز نیز در ایران در پرتفوی سرمایه‌گذاری بسیاری از سرمایه‌گذاران بر روی دارایی‌های مالی جای گرفته است، اما محبوبیت دلار را ندارد. افزون بر آن، با توجه به قیمت نسبی بالاتر هر واحد این ارز از دلار، اقبال به‌سمت این ارز کمتر بوده است. لازم به ذکر است که این ارز نیز همانند طلا بیش از قیمت جهانی خود نسبت به دلار، از تحولات سیاسی و اقتصادی داخلی در ایران تأثیرپذیری داشته و نسبت یورو / دلار گاه عکس روند جهانی خود در ایران نوسان پذیرفته‌است. با این حال، با توجه به اینکه خرید یورو و هر ارز دیگری مصادف با خرید بدهی دولت‌ها می‌باشد، لذا همین امر طلا را به نسبت ارزهای خارجی پشتوانه بهتری برای حفظ ارزش پول و قدرت خرید آن نموده‌است.

بر اساس نتایج، اثر سرریز بازده شاخص گروه بانکی بر شاخص گروه خودرویی در حدود ۰/۶۴ درصد مثبت و معنی‌دار می‌باشد. این امر با حدود ۰/۵۹ درصد مثبت برای شاخص گروه شیمیایی نیز صادق است. در میان ارزهای مورد بررسی نیز یورو دارای اثر معنی‌دار بر شاخص خودرویی بوده و این مقدار در حدود ۰/۱۴ درصدمثبت می‌باشد. طلا نیز با ۰/۱۳ درصد اثر مثبت بر شاخص

خودرویی، دارای تأثیری معنی‌دار بر این شاخص است. با این وجود، دلار بر شاخص گروه خودرویی دارای اثر معنی‌دار نیست. اثر سرریز بازده دلار و شاخص خودرویی منفی معنی‌دار و به‌ترتیب ۰/۰۲- و ۰/۰۹- بر شاخص گروه بانکی می‌باشد. بر این اساس، گروه خودرویی و دلار در جذب منابع رقیب گروه بانکی هستند. شاخص گروه شیمیایی، طلا و یورو نیز دارای اثر مثبت معنی‌دار به‌ترتیب ۰/۰۸، ۰/۰۸ و ۰/۰۳ است. سرریز بازده دلار بر شاخص گروه شیمیایی معنی‌دار و قابل‌تفسیر نیست. با این حال، اثر سرریز شاخص خودرو و بانکی بر آن به‌ترتیب در حدود ۰/۰۳- و ۰/۰۶ درصد می‌باشد. به‌عبارت بهتر، گروه خودرو رقیب گروه شیمیایی در جذب منابع بورسی است. اثر سرریز بازده طلا و یورو نیز بر شاخص گروه شیمیایی مثبت بوده و هر دو در حدود ۰/۰۵ درصد می‌باشند.

اثر سرریز بازده هر سه گروه بورسی خودرویی، بانکی و شیمیایی بر بازده دلار دارای اثر مثبت و معنی‌دار بوده و مقدار این تأثیر به‌ترتیب در حدود ۰/۰۶، ۰/۱۴ و ۰/۱۹ می‌باشد. بازده طلا و یورو نیز به‌ترتیب ۰/۵۱ و ۰/۳۱ اثر مثبت و معنی‌دار بر بازده دلار دارند. سرریز بازده شاخص‌های خودرویی، بانکی و شیمیایی بر بازده طلای داخلی مثبت و معنی‌دار بوده و به‌ترتیب در حدود ۰/۰۰۴، ۰/۲۵ و ۰/۱۲ می‌باشد. بر این اساس، بازده بخش بانکی در میان شاخص‌های مورد بررسی دارای اثر مثبت بیشتری بر روی بازده طلا است. در این میان اما، بازده دلار دارای بیشترین تأثیر مثبت بر روند بازده طلا بوده و این تأثیر تا حدود ۰/۷۳ درصد نیز می‌باشد. بازده یورو نیز ۰/۱۸ درصد اثر مثبت و معنی‌دار بر بازده طلا دارد. بر این اساس، طلا بیش از سایر متغیرهای مورد بررسی، تحت‌تأثیر مستقیم روند بازده دلار است و در صورت صعودی شدن روند بازده دلار، طلا نیز به تبعیت از آن، صعودی خواهد شد. بازده شاخص گروه‌های خودرویی، بانکی و شیمیایی دارای اثر سرریز مثبت بر بازده یورو بوده و این تأثیر به‌ترتیب در حدود ۰/۱۱، ۰/۱۱ و ۰/۲۷ درصد است. بر این اساس، بازده شاخص‌های مزبور دارای اثر مستقیم بر بازده یورو است. با این حال، این تأثیرات در مقابل تأثیر دلار و طلا بر روند یورو چندان اهمیتی ندارد. دلار با ۰/۷۸ درصد اثر مثبت سرریز بازده، دارای بیشترین تأثیر مستقیم بر روند یورو است. در رتبه دوم

نیز بازده طلا با ۰/۴۹ درصد تأثیرگذاری قرار می‌گیرد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش های هانگ۱ (۲۰۱۹) و مک‌دونالد و همکاران۲ (۲۰۱۸) و میخاییلوف۳ (۲۰۱۸) و ده باشی و همکاران (۱۳۹۹) و هاشمی و همکاران (۱۳۹۹) و کریمی و همکاران (۱۳۹۷) و فتاحی و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی دارد.

پیشنهادات کاربردی:

با توجه به این که بیشتر مبادلات بین‌المللی متکی به دلار می‌باشد، لذا این ارز دارای اهمیت فراوان برای کشورها بوده و برابری ارز رایج هر کشور با این ارز نشانگر ارزش پول ملی و دماسنج وضعیت اقتصادی کشورها است. این امر باعث شده که در ایران نیز سرمایه‌گذاران و مردم عادی برای حفظ قدرت خرید درآمد یا ثروت نقدی خود، بخش بزرگی از آن را به خرید این ارز اختصاص دهند. هر زمان که انتظارات از آینده سیاسی و اقتصادی کشور بدتر می‌شود، قیمت دلار رو به فزونی رفته و متعاقب آن تورم رخ می‌دهد. با توجه به این که سیستم ارزی کشور برای این ارز از نوع شناور مدیریت شده است، مداخلات بانک مرکزی منجر به نوسانات منفی در بازار شده است. با این حال، با توجه به این که دولت بخشی از کسری بودجه خود را از نوسانات ارزی برطرف می‌کند، لذا می‌توان گفت که این ارز به عنوان کوره پولسوزی برای دولت عمل نموده و بخشی از قدرت خرید مردم را به دولت واگذار می‌کند. این امر با عنایت به شدت گرفتن تورم پس از هر صعود غیرعادی در قیمت ارز، قدرت خرید مردم را بیش از پیش کاهش داده و عدم پاسخگو بودن دولت به دلیل عدم استقلال بانک مرکزی از دولت و نیز دسترسی بدون محدودیت دولت به تمام منابع ارزی داخلی و با توجه به این که در طی سال‌های اخیر بخش عمرانی بودجه تحقق ۱۰۰ درصدی نداشته و سرمایه‌گذاری در بخش تولید منفی است، تنها منجر به کاهش ابعاد اقتصاد کشور و بدتر شدن وضعیت معیشت مردم در بلندمدت شده است.

---

۱ -Hung

۲-MacDonald *et al.*

۳-Mikhaylov

منابع

۱. باقری، سمانه؛ انصاری سامانی، حبیب(۱۳۹۹). بررسی اثرات سرریز بحران‌های مالی جهانی بر بازار نفت اوپک. ***فصلنامه انرژی ایران***، ۲۳(۳)، ۱۰۳-۸۵ .

۲. ده باشی، وحید؛ محمدی، تیمور؛ شاکری، عباس و بهرامی، جاوید(۱۳۹۹). واکنش بازارهای ارز، سهام و طلا نسبت به تکانه‌های مالی در ایران: با تأکید بر اثرات سرریز تلاطم. ***فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران***، ۲۵(۸۳)، ۲۷-۱ .

۳. فتاحی، شهرام؛ سهیلی، کیومرث و دهقان جبارآبادی، شهرام(۱۳۹۶).بررسی سرایت در بازارهای مالی ایران با استفاده از ترکیبی از فرآیند اورنشتاین اولنبک و تبدیل موجک پیوسته. ***فصلنامه مدلسازی اقتصادسنجی***، ۲(۴)، ۵۴-۳۳ .

۴. کریمی، محمد شریف؛ حیدریان، مریم و دهقان جبارآبادی، شهرام(۱۳۹۷). تحلیل اثرات سرریز بین بازارهای نفت و بورس اوراق‌بهادار تهران در طول مقیاس‌های چندگانه زمانی؛ (با استفاده از مدل VAR-GARCH-BEKK بر پایه موجک). ***فصلنامه اقتصاد مالی***، ۱۲(۴۲)، ۴۶-۲۵.

۵. هاشمی، سیدامیرمهدی؛ خدایی وله زاقرد، محمد؛ معمارنژاد، عباس و ابوالحسنی هستیانی، اصغر (۱۳۹۹). رابطه سرریز شبکه‌ای بازدهی بازارهای سرمایه‌گذاری با رویکرد دیبولد و یلماز. ***فصلنامه مهندسی مالی و مدیریت اوراق‌بهادار***، ۱۱(۴۴)، ۴۷۸-۴۴۶ .

۶. Abosedra, S., Arayssi, M., Ben Sita, B., & Mutshinda, C. (۲۰۲۰). Exploring GDP growth volatility spillovers across countries. *Economic Modelling*, *۸۹*(C), ۵۷۷–۵۸۹.

۷. Aggarwal, R. (۱۹۸۱). Exchange rates and stock prices: A study of the US capital markets under floating exchange rates. *Akron Business and Economic Review*, *۱۲*(۲), ۷–۱۲.

۸. Agren, M. (۲۰۰۶). *Does oil price uncertainty transmit to stock markets?* (Working Paper No. ۲۳). Department of Economics, Uppsala University.

۹. Ahmad, K., Ashraf, S., & Ahmed, S. (۲۰۰۵). Is the Indian stock market integrated with the US and Japanese markets? An empirical analysis. *South Asia Economic Journal*, *۶*(۲), ۱۹۳–۲۰۶.

۱۰. De Santis, G., & Gerard, B. (۱۹۹۸). How big is the premium for currency risk? *Journal of Financial Economics*, *۴۹*(۳), ۳۷۵–۴۱۲.

۱۱. Dornbusch, R., & Fischer, S. (۱۹۸۰). Exchange rates and the current account. *The American Economic Review*, *۷۰*(۵), ۹۶۰–۹۷۱.

۱۲. Erdoğan, S., Gedikli, A., & Çevik, E. (۲۰۲۰). Volatility spillover effects between Islamic stock markets and exchange rates: Evidence from three emerging countries. ***Borsa Istanbul Review***, *۲۰*(۴), ۳۲۲–۳۳۳.

۱۳. Hung, N. (۲۰۱۹). Dynamics of volatility spillover between stock and foreign exchange market: Empirical evidence from Central and Eastern European Countries. ***Economy and Finance***, *۶*(۳), ۲۴۴–۲۶۵.

۱۴. MacDonald, R., Sogiakas, V., & Tsopanakis, A. (۲۰۱۸). Volatility co-movements and spillover effects within the Eurozone economies: A multivariate GARCH approach using the financial stress index. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, *۵۲*, ۱۷–۳۶.

۱۵. Melle, M. (۲۰۰۳). *The EURO effect on the integration of European stock markets*. [Working paper].

۱۶. Mikhaylov, A. (۲۰۱۸). Volatility spillover effect between stock and exchange rate in oil exporting countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, *۸*(۳), ۳۲۱–۳۲۶.

۱۷. Mishra, A., Swain, N., & Malhotra, D. K. (۲۰۰۷). Volatility spillover between stock and foreign exchange markets: Indian evidence. *International Journal of Business*, *۱۲*(۳), ۳۴۳–۳۶۰.

۱۸. Savva, C., Osborn, D., & Gill, L. (۲۰۰۴). *Working paper*. University of Manchester.

۱۹. Soenen, L. A., & Hennigar, E. S. (۱۹۸۸). An analysis of exchange-rates and stock-prices-the united-states experience between ۱۹۸۰ and ۱۹۸۶. *Akron Business and Economic Review*, *۱۹*(۴), ۷–۱۶.

۲۰. Solnik, B. H. (۱۹۷۴). An equilibrium model of the international capital market. ***Journal of Economic Theory***, *۸*(۴), ۵۰۰–۵۲۴.

۲۱. Yang, S.-Y., & Doong, S.-C. (۲۰۰۴). Price and volatility spillovers between stock prices and exchange rates: Empirical evidence from the G-۷ countries. ***International Journal of Business***, *۳*(۲), ۱۳۹–۱۵۳.

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ۱۳۹-۹۷
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

طراحی مدل کاربردپذیری فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی

نوید رضاقلیزاده [۱]
مهدی افضلی [۲]
آزاده پور کبیریان [۳]

(تاریخ دریافت ۱۴۰۴/۵/۲۰ ـ تاریخ تصویب ۱۴۰۴/۷/۱۵)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
در طی سالهای اخیر پژوهش پیرامون فناوری بلاکچین و کاربردهای آن در زمینه های مختلف گسترش یافته و منجر به خلق دانش گسترده، متنوع و پراکنده ای در این حوزه شده است. هدف پژوهش حاضر طراحی مدل استفاده از فناوری بلاکچین در کسب و کارهای مجازی می باشد. پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و کمی در دو مرحله انجام شد. بدین ترتیب که در مرحله اول، بخش کیفی به روش داده بنیاد انجام گرفت. در بخش کیفی نمونه گیری با روش هدفمند از نوع گلوله برفی انجام شد که شامل ۱۲ نفر از خبرگان حوزه دانشگاهی بودند. جمع آوری داده ها از

[۱] - مدیریت فناوری اطلاعات، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.
[۲] - استادیار، گروه کامپیوتر ، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران.(نویسنده مسئول)
Roya.aleemran@iau.ac.ir
[۳] - استادیار، گروه کامپیوتر، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته و بررسی اسناد و بر مبنای رهیافت نظام مند استراوس و کوربین (کدگذاری باز، محوری و انتخابی) تحلیل شدند. مدل استخراج شده نشان می دهد که با توجه به روند پژوهش، ۴ عامل فناورانه، اقتصادی و بازاری، نهادی و سیاسی، مکمل و غیرقطعی زمینه ساز استفاده از فناوری بلاکچین در کسب و کارهای مجازی هستند و برای اجرای موفق آن باید از استراتژی های شفاف سازی و اعتمادسازی، مالکیت دیجیتال و توکن سازی، هوشمندسازی و اتوماسیون، اقتصاد مشارکتی و حکمرانی غیرمتمرکز استفاده نمود. به علاوه، قوانین و مقررات، پیشرفتهای فناوری، فرهنگ عمومی و پذیرش اجتماعی و فشار رقابتی و تحول صنعت، جزء شرایط زمینه ای است که موجب تسهیل فرآیند می شوند و دسترسی به انواع منابع و مشکلات کلان و ساختاری، جزء شرایط مداخله گر است که در فرایند دخالت می نماید؛ نهایتاً اینکه پیامد استفاده از فناوری بلاکچین در کسب و کارهای مجازی، شامل حوزه های ثبت نام، هویت، قراردادهای هوشمند، زیرساخت پرداخت و کاربردهای ترکیبی می باشد. در مرحله دوم، بخش کمی پژوهش، با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری انجام گرفت. در این بخش، تعداد ۲۱۷ نفر از فعالان فناوری بلاکچین در کسب و کارهای مجازی در سطح شهر تهران به عنوان نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شدند. در راستای اعتبارسنجی مدل پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته میان نمونه آماری توزیع و پایایی و روایی پرسشنامه بررسی و مورد تأیید قرار گرفت. در نهایت با بهره گیری از نرم افزار **SMART.PLS** و استفاده از مدل معادلات ساختاری، اعتبار مدل استخراجی پژوهش آزمون و تأیید گردید.

واژگان کلیدی: فناوری بلاک چین، کسب و کارهای مجازی، روش داده بنیاد، الگوی استراوس و کوربین، مدلسازی معادلات ساختاری.

مقدمه

فضای امروز کسب و کار از حالت فیزیکی به حالت الکترونیکی تغییر شکل یافته و بازارهای سنتی و آفلاین را دگرگون ساخته است (خاتمی و همکاران، ۱۳۹۷). توسعه سریع فناوری اطلاعات، سبب پیدایش پدیده ای با نام کسب و کار مجازی شده است. کسب و کار مجازی به

معنای بکارگیری فناوری های جدید به منظور برقراری ارتباط زنجیره ای میان سازندگان، فروشندگان، عرضه کنندگان کالا و خدمات و از سوی دیگر، خریدار و مصرف کننده (مشتری) است (ایمان خان، ۱۳۹۷). کسب و کار مجازی شامل به اشتراک گذاری اطلاعات تجاری و ارتباطات بازرگانی، انجام تراکنش های کسب و کار به وسیله تجهیزات شبکه و ارتباط از راه دور می باشد که از آن طریق، مشتری کالای مورد تقاضای خود را با استفاده از شبکه های الکترونیکی و به طور خاص اینترنت خریداری می نماید و فعالیت های گوناگونی از قبیل مبادله الکترونیک کالاها و خدمات، تحویل فوری مطالب دیجیتال، انتقال الکترونیک وجوه، مبادله الکترونیک سهام، برنامه های الکترونیک طرح های تجاری، طراحی و مهندسی مشترک، بازاریابی مستقیم و خدمات پس از فروش را شامل می شود (آبدارزاده و همکاران، ۱۴۰۰).

در عصر حاضر، فناوری های دیجیتال مانند رسانه های اجتماعی، تجزیه و تحلیل داده ها، کلان داده، واقعیت مجازی، هوش مصنوعی، اینترنت اشیاء، فناوری های شناختی و بلاکچین به طور فزاینده ای در صنایع مختلف مورد استفاده قرار می گیرند(نووایو[۱]، ۲۰۱۸). دنیای کسب و کار نیز از این روند مستثنی نیست و فناوری های دیجیتال در حال تغییر پویایی های اساسی رقابت و موفقیت هستند. در اقتصاد دیجیتال، صرفاً منابع عامل اصلی تعیین کننده موفقیت یک شرکت نیستند بلکه کسب و کارهایی که نتوانند از پتانسیل فناوریها و نوآوریهای جدید بهره ببرند، در معرض خطر از دست دادن سریع رقابت قرار می گیرند. به عبارت دیگر، برندگان و بازندگان در چشم انداز تحول دیجیتال، با توانایی آنها در استفاده از این فناوریها تعیین می شوند. برخی مطالعات نشان می دهند که نوآوری های فناورانه بدون مدل کسب و کار مناسب، ارزش محدودی ارائه می دهند. بنابراین طراحی و پیاده سازی مدل های کسب و کار برای تحقق پتانسیل کامل پیشرفت های فناوری بسیار مهم است. چرا که قابلیت های فناوری های دیجیتال از جمله فناوری بلاکچین فراتر از محصولات، فرآیندهای کسب و کار، کانال های فروش و زنجیره تأمین است و بر کل مدل کسب و کار تأثیر می گذارد(رینارتز[۲]، ۲۰۱۹). با وجود افزایش

---

[۱] -Nwaiwu

[۲] - Reinartz

حجم تحقیقات در زمینه نوآوری مدل کسب و کار، هنوز مطالعات جامعی در زمینه تأثیر فناوری بلاک چین بر مدل های کسب و کار وجود ندارد. واسکا و همکاران[۱](۲۰۲۱)، بر لزوم در نظرگرفتن همزمان جنبه های فناوری بلاکچین و جنبه های کسب و کار تأکید نمودند. نقص قابل توجه در این زمینه، عدم همکاری بین متخصصان کسب و کار و فناوری است که منجر به ایجاد موانعی بین این دو حوزه می شود. بنابراین، پر کردن این شکاف و تقویت ایده پردازی مشترک برای ادغام تأثیر فناوری بلاکچین بر مدل های کسب و کار ضروری است(چائو و گلی[۲]، ۲۰۲۱). از سویی دیگر، در عصر دیجیتال، به سبب ظهور فناوری های نوین، باورهای سنتی کسب و کار به نحوی اساسی دگرگون شده است. سازمانها تنها یک راه پیش رو دارند و آن همگامی با تغییرات موجود است در غیر اینصورت از دور رقابت حذف خواهند شد. در این زمینه، فناوری بلاک چین به عنوان یکی از حیاتی ترین فناوری ها در انقلاب صنعتی نسل چهارم این پتانسیل را دارد که به طور عمده روش دنیای تجارت را تغییر دهد و تأثیر عمیقی بر چشم انداز کسب و کارها بگذارد (والافر و همکاران، ۱۴۰۳). در طی سالهای اخیر پژوهش پیرامون فناوری بلاک چین و کاربردهای آن در زمینه های مختلف گسترش یافته و منجر به خلق دانش گسترده، متنوع و پراکنده ای در این حوزه شده است. شناخت زیرحوزه ها، موضوعات جدید و روند تحقیقاتی حوزه بلاک چین می تواند کمک شایانی به پژوهشگران این حوزه نماید. بلاک چین یک نوع سیستم ثبت اطلاعات و گزارش است. تفاوت آن با سیستم های دیگر این است که اطلاعات ذخیره شده روی این نوع سیستم، میان همه اعضای یک شبکه به اشتراک گذاشته می شود. با استفاده از رمزنگاری و توزیع داده ها، امکان هک، حذف و دستکاری اطلاعات ثبت شده، تقریباً از بین می رود. کسب و کارهای مجازی مبتنی بر فناوری بلاک چین، سیستمی هوشمند در بستر بلاک چین می باشد که با استفاده از آن؛ داده های خام و بلااستفاده شرکتها شناسایی و طی فرآیندی سیستماتیک، به اطلاعات ارزشمند جهت بالابردن سوددهی در بازار رقابتی تبدیل و

---

[۱] - Vaska et al

[۲] - Chao & Goli

میان همه اعضای شبکه به اشتراک گذاشته می شود.

با توجه به مطالب بیان شده، هدف پژوهش حاضر طراحی مدل استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی می باشد بدین منظور سؤالات زیر تدوین شده اند:

- عوامل علّی استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی کدامند؟
- عوامل زمینه ای استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی کدامند؟
- عوامل مداخله گر استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی کدامند؟
- مقوله محوری استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی کدامند؟
- راهبردهای استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی کدامند؟
- پیامدهای استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی کدامند؟
- مدل استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی چگونه است؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

بلاکچین یک فناوری متحول کننده است که می تواند کسب و کارها را متحول کند و طیف وسیعی از کاربردها را داشته باشد(شارما و طاهردوست[۱]، ۲۰۲۱). بلاک چین یک سیستم دفتر کل تراکنش های همتا به همتا است که قابل اعتماد، تغییر ناپذیر؛ شفاف، دائمی و غیرمتمرکز است (کیول و همکاران[۲]، ۲۰۱۷) که توسط اعتماد الگوریتمی و مکانیسم های اجماع توزیع شده پشتبانی می شود. این امر امکان به اشتراک گذاری ایمن اطلاعات، حفظ طولانی مدت سوابق دیجیتال و اعتبارسنجی و تأیید تراکنش های دیجیتال را فراهم می کند. در صنایع متعدد از جمله بیمه، صنعت زنجیره تأمین، بانکداری، املاک و مستغلات، انرژی های تجدیدپذیر و مراقبت های بهداشتی، ابتکارات بلاکچین مورد توجه قرار گرفته است (فریکا[۳]، ۲۰۱۷). از آنجا که

---

[۱] - Sharma & Taherdoost

[۲] - Kewell et al

[۳] -Firica

بلاکچین غیرمتمرکز است و واسطه ها را حذف می کند، تراکنش های تجاری می توانند در هر مکانی انجام شوند. بلاکچین فناوری عالی برای ۱) اثبات مالکیت،۲) تجارت، ۳) ایجاد اعتماد همتا به همتا برای تراکنش های بلادرنگ و ۴) افزایش قابلیت اطمینان می باش(زمانی و گیاگلیس[۱]، ۲۰۱۸). فناوری بلاکچین می تواند به طور قابل توجهی به تحولات متحول کننده در مدیریت و کسب و کار کمک کند. فقدان دانش و درک فناوری بلاکچین مانع از مطالعات دانشگاهی و استفاده در دنیای واقعی می شود. برای کسب و حفظ مزیت رقابتی، مدیران کسب و کار باید اثرات و تهدیدات بالقوه کاربردهای بلاکچین را درک نمایند. به نظر می رسد برنامه های کاربردی مبتنی بر بلاکچین، چشم اندازهای قابل توجهی برای افزایش عملکرد و کسب درآمد مبتنی بر کسب و کارهای مجازی داشته باشند(طاهردوست ومعدنچیان، ۲۰۲۳). سه عامل اصلی که بلاک چین ممکن است از طریق آنها بر کسب و کارهای مجازی تأثیر بگذارد و آنهارا متحول نماید شامل حذف واسطه ها، کاهش هزینه های تراکنش و احراز هویت کالاهای معامله شده است (نوینسکی و کوزما[۲]، ۲۰۱۷). برخی از مطالعات پیشین ارتباط بین کسب و کارهای مجازی و فناوری بلاک چین را بررسی کرده اند. برخی این حال، برخی از آنها مدل های کسب و کار های مرسوم فعلی را تغییر می دهند در حالی که برخی دیگر مدلی را برای یک صنعت خاص توسعه می دهند یا صرفاً بر تحول دیجیتال به طور کلی تمرکز می نمایند(چونگ و همکاران[۳]، ۲۰۱۹؛ ماریاپان[۴]، ۲۰۱۹؛ اوه و شانگ[۵]، ۲۰۱۷). در این زمینه، یک چارچوب قابلیت های پویا با ویژگی های بلاکچین و آگاهی از مدل های کسب و کار در تحقیق انجام شده توسط آیدینر[۶] (۲۰۲۱) طراحی شد. وی در پژوهش خود به بررسی اثر عوامل تکنولوژیکی بر

---

۱ - Zamani & Giaglis

۲ - Nowi´nski & Kozma

۳ -Chong et al

۴ - Mariappan,

۵ -. Oh & Shong

۶ - Aydiner

مدل های کسب و کار و همچنین بررسی عملکرد مزایای تکنولوژیکی بلاکچین در افزایش ارزش شرکت پرداخت. ماریکیان و همکاران[۱](۲۰۲۲)، بینش مفهومی در مورد استفاده از فناوری بلاکچین در سازمان هایی با پیکربندی های ارزشی متنوع ارائه دادند. لی[۲] (۲۰۱۹) به بررسی این موضوع پرداخت که چگونه مدل های مختلف کسب و کار برای ایجاد اقتصاد توکنی استفاده می شوند، چرا که بلاکچین و ارزشهای دیجیتال هنوز در حال توسعه و ارتباط تنگاتنگ با یکدیگر هستند. چن و بلاویتس[۳](۲۰۲۰) مزایای مالی استفاده از فناروی بلاکچین در مدل های کسب و کار را فهرست بندی کرده و معایب و محدودیت های بالقوه آن را شناسایی نمودند. در مطالعه ویریاسیتاوات و همکاران[۴](۲۰۱۹)، حوزه های جدید مطالعه، مشکلات و کاربردهای بالقوه مفید هنگام ادغام فناوری بلاکچین در رشد مدیریت فرایندهای کسب و کار مورد بررسی قرار گرفتند. بور و همکاران[۵](۲۰۱۹)، در پژوهشی به شناسایی موضوعات کلیدی برای تحقیق بیشتر با تمرکز بر کاربردهای سیستم های بلاکچین در کسب و کارها پرداختند. برای درک چالش ها و فرصت های ناشی از فناوری بلاکچین در کسب و کارها، کیمانی و همکاران[۶](۳۷)، مروری بر ادبیات موضوعی در این زمینه انجام دادند.

در زمینه پژوهش داخلی نیز نوروزی و منظور(۱۳۹۸)، به بررسی کاربردهای فناوری بلاکچین در کسب و کارهای صنعت انرژی پرداختند و در گام بعدی با مطالعه تطبیقی ماهیت فناورانه بلاکچین و نیازمندی های بخش انرژی، به فرصتها و چالش هایی که پیش روی بخش انرژی در خصوص بهره گیری از بلاکچین در این بخش در حالت کلی وجود خواهد داشت، پرداختند. دهبسته و همکاران(۱۳۹۹)، به طراحی مدل کسب و کار مبتنی بر فناوری بلاکچین در کشورهای در حال توسعه با استفاده از متد کیفی تحلیل محتوا در بخش اپراتور تلفن همراه پرداختند. بر

---

۱ - Marikyan et al

۲ - Lee

۳ - Chen & Bellavitis

۴ - Viriyasitavat et al

۵ - Bürer et al

۶ - Kimani et al

اساس یافته های این پژوهش، اپراتور تلفن همراه با استفاده از مدل کسب و کار همکاری محور در۷ مقوله، به دلیل دسترسی به زیرساخت و اطلاعات شبکه ارتباطات مشتریان، می تواند از مزیت فناوری بلاکچین استفاده نموده و خدمات ارزش افزوده جدید تولید نماید و همچنین خسارات مادی مدل کسب و کاری سنتی فعلی را کاهش دهد. میش مست هراتی و همکاران(۱۴۰۲)، در مقاله ای به واکاوی پیشایندها و پیامدهای کسب و کار تجاری هوشمند مبتنی بر بلاکچین با استفاده از رویکرد مرور نظام مند پیشینه پرداختند. بر این اساس، در این پژوهش کسب‌وکار تجاری هوشمند مبتنی بر بلاک‌چین به‌عنوان پدیده مرکزی شناسایی گردید و مهم‌ترین عوامل علّی مؤثر بر آن، بلوغ فناوری، فناوری نرم تجاری، حکمرانی دیجیتال، بازاریابی دیجیتال، زیست بوم کارآفرینی دیجیتالی، بلاک‌چین، اتوماسیون رباتیک فرایندها، قرارداد هوشمند، اینترنت اشیا، کیفیت وب‌سایت و آنالیز پیشرفته اطلاعات مشخص شدند. مهر فاضلی و همکاران(۱۴۰۳)، به بررسی مزایا، چالش ها و راهبردهای توسعه فناوری بلاکچین در بخش خدمات صنعت ورزش پرداختند. نتایج این پژوهش شامل یافتن شناسایی مزایا و چالش‌های این فناوری بر صنعت ورزش بوده است که از جمله این موارد می‌توان به اعتبارسنجی و احراز هویت، حذف واسطه‌ها، پیچیدگی فناوری بلاکچین، عدم شناخت فناوری بلاکچین و ....اشاره کرد. به علاوه، راهبردهای این فناوری در صنعت ورزش شناسایی شدند.

روش شناسی پژوهش: رویکرد آمیخته

با توجه به این که هدف پژوهش حاضر طراحی مدل استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی، می باشد، روش این تحقیق از نظر هدف کاربردی است، چون نتایج حاصل از آن می تواند مورد استفاده ذینفعان و تصمیم گیرندگان قرار گیرد. همچنین روش مورد استفاده در این پژوهش مبتنی بر مطالعات اکتشافی است. هدف مطالعات اکتشافی آن است که نتایج روش نخست (کیفی) به نتایج و تحلیل‌های روش دوم (کمی) کمک نماید. بر این اساس روشی که در این تحقیق مورد استفاده قرار می گیرد، روش تحقیق آمیخته است در واقع روش تحقیق آمیخته ترکیبی از روشهای کمّی و کیفی است.

مرحله اول: بخش کیفی پژوهش

پژوهش حاضر به دلیل آنکه در دو بخش کمی و کیفی انجام خواهد گرفت شامل دو جامعه و نمونه آماری می باشد. جامعه آماری پژوهش، در بخش کیفی تحقیق ۱۲ نفر از خبرگان، مدیران و دانشگاهیان متخصص در حوزه مورد ارزیابی در مطالعه حاضر بودند. برای انتخاب نمونه آماری این بخش نیز از روش نمونه گیری گلوله برفی استفاده گردید. در بخش کیفی پژوهش به منظور آشنایی و کسب آگاهی و شناخت و همچنین هماهنگی بیشتر و تشخیص متغیرهای پژوهش با تعدادی از خبرگان متخصص شامل اساتید دانشگاهی مرتبط با موضوع پژوهش، مصاحبه‌هایی انجام شده است. برای انجام مصاحبه از روش مصاحبه نیم‌ساختار یافته استفاده شده است. در این بخش، برای تحلیل داده های جمع آوری شده، از روش داده بنیاد مبتنی بر رویکرد استراوس- کوربین استفاده گردید که این رویکردها در ادامه تشریح شده اند.

نظریه داده بنیاد (گراندد تئوری)

نظریه داده‌بنیاد، استراتژی‌ای است که به خلق تئوری از داده‌ها منجر می‌شود، تاکید اساسی این نظریه، بر استفاده از استقرا و خلق تئوری بدون چارچوب نظری مفروض و از پیش تعیین شده می‌باشد. نظریه داده‌بنیاد مبتنی بر استقراگرایی، کلی‌گرایی و ذهنی‌گرایی است و هدف آن، ارائه تبیین‌های جامع تئوریک در مورد یک پدیده خاص است. انعطاف‌پذیری، نقطه قوت این استراتژی تحقیق است و می‌توان از آن برای ارائه دیدگاه‌های جدید استفاده کرد. به عبارت دیگر، نظریه داده بنیاد، ارتباط بین تئوری و عمل است، این نظریه از لحاظ سوال تحقیق با چگونگی و چرایی آغاز می‌شود و در شرایط واقعی و بدون کنترل محقق (در برخی موارد کنترل غیررسمی) و در زمان حال انجام می‌پذیرد (گلیزر و هولتون[۱]، ۲۰۰۴).

روش داده بنیاد شامل سه مرحله کدگذاری می باشد که عبارت اند از کدگذاری باز، محوری و انتخابی.

کدگذاری باز: با توجه به اینکه هدف تحقیق حاضر، طراحی مدل استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی می باشد. بنابراین از معیاری به نام اشباع داده یا اشباع نظری

---

[۱]- Glaser & Holton

برای تعیین نقطه پایان استفاده می شود. داده های حاصل از مصاحبه با مشارکت کنندگان پس از تبدیل شدن به اطلاعات کتبی، تحلیل خط به خط می شوند و از آنها، گزاره های مرتبط با موضوع پژهش بدست می آید. کدگذاری باز، جزئی از تحلیل است که با تحلیل دقیق داده ها، نام گذاری و طبقه بندی کردن داده ها انجام می شود. برای طبقه بندی دقیق مفاهیم در مقوله ها، باید هر مفهوم، بعد از تفکیک برچسب بخورد و داده های خام به وسیله بررسی دقیق متن مصاحبه ها، مفهوم سازی شوند. داده های جمع آوری شده از مصاحبه شوندگان کدگذاری می شوند تا به شکل راحت تری شباهت ها و تفاوت ها شناسایی شوند.

کدگذاری محوری: در مرحله کدگذاری محوری، مفاهیم استخراج شده از گزاره ها، به صورت مداوم مقایسه و دسته بندی می شوند و زمینه های مشترک بیشتری را میان آنها کشف و امکان طبقه بندی مفاهیم مشابه در قالب مفاهیم یکسان (مؤلفه) فراهم می شود. در حالی که کدگذاری باز، داده ها را به مقوله های مختلف تفکیک می کند، کدگذاری محوری، مقوله ها و مقوله های فرعی های آن ها را به یکدیگر مرتبط می سازد. برای کشف نحوه ی ارتباط مقوله ها با یکدیگر، پژوهشگر از مدل فرآیندی استفاده می کند. مدل فرآیندی، ابزار تحلیلی است که استراوس و کوربین برای مطالعه داده ها پیشنهاد داده اند. در سال ۱۹۹۰ استراوس و کوربین بنیان کلی این طرح را ارائه کردند و در سال ۱۹۹۸ به بیان تفصیلی و عملی آن پرداختند (گلیزر و استراوس[۱]، ۲۰۱۰).

در رهیافت استراوس و کوربین، پژوهشگر بر حسب فهم خود از متن پدیده مورد مطالعه یا چارچوب، مدل پارادایم را به صورت روایت عرضه می نماید و به صورت ترسیمی نظریه نهایی را نمایش می دهد(دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶). برای این منظور، مقوله ها و روابط میان آنها با استفاده از الگوی کدگذاری در قالب شرایط علّی، پدیده محوری، راهبردها، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر و پیامدها ترسیم می شوند. شرایط علّی، وقایع یا رویدادهایی هستند که پدیده را موجب می شوند و پدیده را خلق می کنند. پدیده، ایده، رویداد یا واقعه اصلی است

---

[۱]- Glaser & Strauss

که مجموعه ای از عمل ها و عکس العمل ها آن را اداره می کنند یا با آن در ارتباط هستند. شرایط زمینه ای، مجموعه مشخصه های ویژه ای است که به پدیده موردنظر دلالت میکند، یعنی محل حوادث و وقایع متعلق به پدیده. شرایط مداخله گر، شرایط ساختاری هستند که به پدیده موردنظر تعلق دارند و بر راهبردهای کنش و واکنش اثر میگذارند. آن ها راهبردها را درون بستر خاصی محدود یا تسهیل میکنند. راهبردها بیانگر رفتارها، کنش ها و تعاملات بوده و تحت تأثیر شرایط مداخله گر و زمینه ای حاصل می شوند. پیامدها ستاده هایی هستند که درنتیجه عمل ها و عکس العمل ها یا پاسخ به پدیده به وجود می آیند. در طی فرآیند کدگذاری محوری، پژوهشگر از ابزارهای تحلیل پرسیدن سؤال و مقایسه دائمی و نظری بین مقوله ها و مقوله های فرعی استفاده می کند تا روابط بین آن ها را توسعه دهد و مقوله ها را متناسب با مدل فرآیندی شکل دهد .هم زمان با انجام کدگذاری باز و محوری الگویی ساخته شد که حاکی از ارتباط بین مقوله و مقوله های فرعی است. زمانی که این ارتباط ها توسعه داده شدند، از رویه کدگذاری انتخابی، استفاده می شود تا ادغام مقوله ها و مقوله های فرعی که در کدگذاری باز و محوری شناسایی شده اند، تسهیل شود (یزدانی، ۱۳۹۱).

یافته های بخش کیفی پژوهش:

شرایط علّی:

بر اساس تجزیه و تحلیل مصاحبه های انجام شده، شرایط علّی تأثیرگذار بر پدیده استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی مطابق با جدول ۱ است.

جدول (۱): مفاهیم و مقوله های شناسایی شده مرتبط با شرایط علّی

نوع مقوله	مقوله ها	مفاهیم	کدهای باز (فراوانی)
شرایط علّی		ویژگی‌های کلیدی بلاک‌چین	حذف واسطه‌ها (نظیر بانک‌ها و پلتفرم‌های واسط)
			افزایش شفافیت و اعتماد میان کاربران به‌واسطه‌ی غیرمتمرکز بودن این فناوری
			شفافیت و تغییرناپذیری داده‌ها
			افزایش امنیت در ذخیره‌سازی اطلاعات و اجرای تراکنش‌های مالی و غیرمالی
	عوامل فناورانه		قراردادهای هوشمند **(Smart Contracts)**
			ردگیری تراکنش‌ها

	کاربردهای بلاک‌چین	پرداخت‌ها و خدمات مالی دیجیتال
		مالکیت دیجیتال و **NFT:**
		زنجیره تأمین دیجیتال
		هویت دیجیتال غیرمتمرکز
		سازمان‌های خودگردان غیرمتمرکز **(DAO)**
	مزایای کلان بلاک‌چین	خلق مدل‌های نوین درآمدی مانند **Play-to-Earn** و **Token Economy**
		افزایش شفافیت، اعتماد و رضایت کاربران
		امکان ورود به بازارهای جهانی بدون نیاز به زیرساخت‌های سنتی
		تسهیل نوآوری و انعطاف‌پذیری سازمانی در برابر تغییرات
		کاهش هزینه‌های عملیاتی و تسریع فرآیندها
	چالش‌های فناورانه	محدودیت در مقیاس‌پذیری برخی شبکه‌های بلاک‌چین
		پیچیدگی طراحی و نگهداری زیرساخت‌های فنی
		مصرف بالای انرژی در برخی الگوریتم‌های اجماع
		نبود چارچوب‌های حقوقی مشخص
		مقاومت سیستم‌های سنتی در برابر پذیرش فناوری جدید
عوامل اقتصادی و بازاری	تأثیرات اقتصادی بلاک‌چین در کسب‌وکارهای دیجیتال	حذف واسطه‌ها و خودکارسازی قراردادها، کاهش هزینه‌های عملیاتی و تراکنش
		ایجاد اکوسیستم‌های توکنی **(Token Economy)** و درآمد مبتنی بر مشارکت
		انجام معاملات برون‌مرزی بدون زیرساخت بانکی سنتی
		ورود بازیگران نوآور به بازار و رقابت‌پذیری بالاتر
		شفافیت مالی و جلوگیری از تقلب در تراکنش‌ها و اطلاعات محصول
		تأمین مالی نوین از طریق **ICO** ، **DeFi** و سرمایه‌گذاری جمعی.
	تجلی بلاک‌چین در اقتصاد دیجیتال و	بازتعریف زنجیره ارزش با حذف هزینه‌های زائد و افزایش شفافیت

	رفتار بازار	توانمندسازی اقتصاد مشارکتی با امکان ایفای نقش چندگانه توسط کاربران
		پایداری اقتصادی در بحران‌ها با کاهش وابستگی به نظام مالی سنتی
		تغییر رفتار مصرف‌کننده به سمت امنیت، شفافیت و مالکیت واقعی داده.
	فرصت‌های اقتصادی آینده	توسعه بازارهایی چون**GameFi** ، متاورس، **DeFi**، بیمه هوشمند
		فراهم‌سازی زیرساخت بانکداری بدون بانک، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه
		تحول در تأمین مالی پروژه‌ها از طریق**NFT** ، **ICO**و توکن‌های مشارکتی
	چالش‌های اقتصادی	نوسانات شدید ارزش دارایی‌های دیجیتال
		نبود چارچوب‌های قانونی و مالی مشخص
		مقاومت نهادهای سنتی در برابر تغییر
		احتمال کلاه‌برداری و ریسک سرمایه‌گذاری در پروژه‌های نوظهور
عوامل نهادی سیاسی	نقش تنظیم‌گری و حاکمیت	تدوین قوانین شفاف برای کاهش ریسک‌های حقوقی و جذب سرمایه
		حمایت دولتی از نوآوری با مشوق‌های مالیاتی و سندباکس‌های فناوری
		تعیین چارچوب استفاده از رمزارزها، مجوزها و نظارت مالی
		توازن میان شفافیت بلاک‌چین و قوانین محافظت از داده‌ها مانند (**GDPR**)
		پذیرش رسمی بلاک‌چین در حوزه‌هایی چون بانک، بیمه و املاک
	جنبه های کلیدی تنظیم گری	ابهام حقوقی مانعی برای ورود سرمایه‌گذاران و شرکت‌ها است.
		سندباکس‌های تنظیم‌گری فضای امن برای آزمایش فناوری

			فراهم می‌کنند.
			نهادهای بین‌المللی مانند **FATF** و **OECD** در حال تدوین استانداردهای جهانی هستند
			تعارض تمرکززدایی با حکمرانی دولتی نیازمند طراحی مدل‌های حکمرانی ترکیبی است
		پیامدهای نهادی	سرعت یا کندی در پذیرش فناوری
			تغییر ساختار رقابت در بازارهای سنتی
			افزایش اعتماد نهادی میان ذی‌نفعان
			ضرورت حکمرانی چندبازیگری بین دولت، بخش خصوصی و جامعه مدنی
		چالش ها و فرصت های سیاسی نهادی	تدوین استانداردهای جهانی نو
			تحول در ساختار مالی و اداری
			طراحی قوانین پیشرو و منعطف
			افزایش شفافیت و بهبود نظارت
			نبود هماهنگی بین‌المللی
			مقاومت نهادهای سنتی
			تفسیر متناقض قوانین دیجیتال
			دغدغه‌های امنیتی و مالیاتی
			افزایش حساسیت نسبت به مالکیت دیجیتال
	عوامل مکمل و روندهای غیرقطعی	تحول در رفتار مصرف‌کننده دیجیتال	تمایل به ثبت دارایی در دفاتر کل تغییرناپذیر
			انتظارات برای کنترل مستقیم‌تر بر داده‌ها و تراکنش‌ها
		ظهور **Web** ۳.۰ و انتقال مالکیت داده به کاربران	حذف واسطه‌های داده‌محور
			مشارکت مستقیم کاربران در تصمیم‌گیری
			بهره‌گیری از خدمات مبتنی بر اعتمادزدایی
		ارائه راهکارهای ضدتورمی	نیاز به سیستم‌هایی با شفافیت، مقاومت در برابر سانسور و استقلال مالی
			استفاده از رمزارزها، قراردادهای مالی هوشمند و **DeFi** به‌عنوان پناهگاه مالی

شرایط زمینه ای:

شرایط زمینه ای در این پژوهش شامل مواردی است که در جدول ۲ می توان مشاهده کرد.

جدول (۲): مفاهیم و مقوله های شناسایی شده مرتبط با شرایط زمینه ای

نوع مقوله	مقوله ها	مفاهیم	کدهای باز (فراوانی)
عوامل زمینه ای	قوانین و مقررات	شفافیت و انسجام مقرراتی	عدم تعیین و تثبیت وضعیت حقوقی برخی کاربردهای بلاک‌چین
			ریسک پذیری طراحی مدل‌های درآمدی، جذب سرمایه، یا مقیاس‌پذیری بین‌المللی به دلیل وضع حقوقی نامشخص
			ایجاد **Sandbox**های قانون‌گذاری برای آزمون محصولات بلاک‌چینی بدون خطر قانونی
			تدوین استانداردهای باز و مشارکتی با مشارکت بخش خصوصی، دانشگاهیان و نهادهای مدنی
		مقررات حریم خصوصی و مالی	تطابق با قوانین بین‌المللی
			مسائل مربوط به حق فراموشی
			نگرانی از انتقال غیرقانونی سرمایه
			وضع مقررات روشن برای شناسایی کاربران، ثبت سوابق مالی و گزارش‌دهی
		تفاوت‌های بین‌المللی در سیاست‌گذاری	نبود هماهنگی بین‌المللی در قوانین مربوط به بلاک‌چین
			ارائه رویکردی باز و تسهیل‌گر و بالعکس محدودیت های شدید بر رمزارزها
		چارچوب‌های قانونی و نظارتی	وجود یا نبود قوانین شفاف
			نبود رویه‌های نظارتی شفاف
			نگرش دولت‌ها (مثبت، خنثی یا منفی) نسبت به بلاک‌چین

				ممنوعیت استفاده از رمزارز، یا فیلترینگ پلتفرم‌ها
				وضع قوانین مناسب
		پیشرفت های فناوری	همگرایی با فناوری‌های مکمل	توانمندی بلاک‌چین در تعامل با سایر فناوری‌های تحول‌آفرین از جمله هوش مصنوعی **:(AI)** ، اینترنت اشیاء، رایانش لبه و ابری و ...
				انتقال سریع و پایدار داده‌ها برای کاربردهای بلادرنگ
				توسعه‌های فناورانه در بستر خود بلاک‌چین
			استانداردسازی زیرساخت‌های بلاک‌چین	افزایش مقیاس‌پذیری، پیشرفت در امنیت، قابلیت‌های بین‌زنجیره‌ای و ...
				تسریع توسعه راهکارهای بلاک‌چینی مانند ظهور پلتفرم‌هایی مانند **Ethereum** و توسعه کیت‌های توسعه نرم‌افزار **(SDK)**
				اقتصادهای مجازی نوین بدون وابستگی به واسطه‌ها
				تعریف ارزش، طراحی محصولات و انتخاب راهبرد ورود به بازار
			دسترسی به فناوری	دسترسی گسترده‌تر به زیرساخت‌های ابری و ابزارهای متن‌باز
				استفاده از فناوری‌های مالی جایگزین (مانند رمزارزها)
				تبدیل دارایی‌ها به رمزارزهای پایدار
				عدم توانایی ایجاد تغییر در قراردادها
				ایجاد کسب‌وکارهای مالی نوآورانه مانند کیف‌پول‌های رمزارزی، سیستم‌های پرداخت بین‌المللی یا پلتفرم‌های انتقال
		وضعیت اقتصادی کلان	سرمایه‌گذاری و دسترسی به منابع	تمایل کمتر به پذیرش ریسک‌های فناورانه

		مالی	
			توسعه راه‌حل‌های بلاک‌چینی از طریق حمایت دولت‌ها یا سرمایه‌گذاران خطرپذیر **(VC)**
			کاهش هزینه‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری
			روش‌های نوین جذب سرمایه
		رشد اقتصادی و حمایت‌های دولتی	شفاف‌سازی فرآیندها، حذف واسطه‌ها و تسهیل تجارت دیجیتال
			افزایش بهره‌وری، اتوماسیون و بهینه‌سازی فرآیندها
			سیاست‌های مالی حمایتی
			رکود در سرمایه گذاری نواورانه بهع دلیل سیاست‌های انقباضی یا محدودکننده
			ایجاد اکوسیستم بلاک چینی پویا با اتخاذ سیاست های مشوق
			پرداخت‌های برون‌مرزی مبتنی بر بلاک‌چین یا توکن‌های ارزی پایدار بین‌المللی
			ردیابی کالاها در زنجیره‌های تأمین بین‌المللی
	فرهنگ عمومی و پذیرش اجتماعی	سطح آگاهی عمومی نسبت به بلاک‌چین و رمزارزها	زیرساخت‌های فرهنگی و آگاهی عمومی
			آموزش و تغییر در نگرش عمومی نسبت به فناوری‌های غیرمتمرکز
			ابهام در کارکرد فناوری
			نبود اطلاعات شفاف در رسانه‌های جریان اصلی
			سرمایه‌گذاری در آموزش عمومی، ارتقاء سواد دیجیتال
		اعتماد اجتماعی به فناوری و نهادهای غیرمتمرکز	نبود نهادهای سنتی ضامن
			سطح پایین اعتماد عمومی
		فرهنگ ریسک‌پذیری و تعامل با فناوری	مقاومت جدی در برابر نواوری هایی مانند بلاک چین
			بهره‌گیری از پروژه‌های آزمایشی موفق
			آمادگی فرهنگی برای پذیرش فناوری‌های نوین
			گام‌به‌گام‌سازی استراتژی‌های بلاک‌چین با ابزارهایی

		آشنا برای کاربران
	تأثیر رسانه‌ها و افکار عمومی	بدبینی عمومی نسبت به بلاک چینی به دلیل پوشش خبری نادرست یا اغراق‌آمیز
		طراحی کمپین‌های آگاهی‌بخشی رسانه‌ای با تمرکز بر کاربردهای ملموس و اجتماعی بلاک‌چین
فشار رقابتی و تحولات صنعت		مزیت رقابتی پایدار
	مزیت رقابتی از طریق نوآوری فناورانه	کسب‌وکارهایی که زودتر از سایرین از بلاک‌چین در فرآیندهای خود استفاده می‌کنند
		تمایز راهبردی
		پیروی از استانداردها، روندها و نمونه‌های موفق
		تحلیل رقابتی مستمر و پایش روندهای نوآورانه برای همگامی با مسیر صنعت
	تقاضای مشتری و انتظارات بازار	شفافیت، امنیت، سرعت، و قابلیت ردیابی بالا
		فراهم‌کردن زیرساختی شفاف و مقاوم در برابر تغییر
		سریع‌سازی چرخه نوآوری و سرمایه‌گذاری در راه‌حل‌های مشابه
		ظهور صرافی‌های غیرمتمرکز **(DEX)**
	رقابت در زنجیره ارزش و شبکه‌های چندسازمانی	رقابت بین شبکه‌های تجاری
		اتحاد شرکت‌های لجستیکی در استفاده از پلتفرم‌های بلاک‌چین
	چارچوب‌های قانونی و نظارتی	وجود یا نبود قوانین شفاف
		نبود رویه‌های نظارتی شفاف
		نگرش دولت‌ها (مثبت، خنثی یا منفی) نسبت به بلاک‌چین
		ممنوعیت استفاده از رمزارز، یا فیلترینگ پلتفرم‌ها
		وضع قوانین مناسب
	حمایت های ملی و بین المللی مبتنی بر بلاک‌چین	معافیت‌های مالیاتی، تسهیلات بانکی، گرنت‌های تحقیقاتی، صندوق‌های سرمایه‌گذاری دولتی
		ایجاد پارک‌های فناوری بلاک‌چین، مناطق آزاد

			دیجیتال، یا شتاب‌دهنده‌های دولتی
			توسعه زیرساخت‌های ملی بلاک‌چینی
			راه‌اندازی سامانه‌های دولتی غیرمتمرکز
			افزایش اعتماد عمومی به فناوری
			عضویت در پیمان‌های منطقه‌ای فناورانه، چارچوب‌های بین‌المللی تبادل داده، یا پذیرش استانداردهای جهانی بلاک‌چین
			انسداد مسیر ورود به بازارهای بین‌المللی

شرایط مداخله گر:

شرایط مداخله گر در این پژوهش شامل مواردی است که در جدول ۳ ارائه شده اند.

جدول ۳: مفاهیم و مقوله های شناسایی شده مرتبط با شرایط مداخله گر

نوع مقوله	مقوله ها	مفاهیم	کدهای باز (فراوانی)
شرایط مداخله گر	دسترسی به انواع منابع	منابع انسانی	وجود منابع انسانی مستعد
		منابع فنی	برنامه نویسان آشنا با رویه های سازمانی و سیستم بلاکچین
			اختیار تغییر در قوانین و قواعد پروتکل با محتوای شبکه
			تمرکز قدرت پردازش
			امکان ذخیره سازی و دسترسی به اطلاعات
	مشکلات کلان و ساختاری	مشکلات در سطح کلان	حذف برخی کسب و کارها
			حذف مشاغل سنتی
		مسائل ساختاری	عدم امکان بازیابی کلید خصوصی
			عدم امکان بازگرداندن یک تراکنش

نوع مقوله	مقوله ها	مفاهیم	کدهای باز (فراوانی)
			عدم تأمین اعتبار برای پیاده سازی بلاک چین
			غیر ممکن بودن دخل و تصرف در کدهای اولیه

مقوله محوری:

پدیده مد نظر باید محوریت داشته باشد تا همه مقوله های اصلی دیگر بتوانند به آن ربط داده شوند. در جدول شماره ۴ مفاهیم و مقوله های شناسایی شده مرتبط با مقوله محوری ارائه شده است.

جدول (٤): مفاهیم و مقوله های شناسایی شده مرتبط با مقوله محوری

نوع مقوله	مقوله ها	مفاهیم	کدهای باز (فراوانی)
مقوله محوری	آینده پژوهشی	امنیت و ایمن بودن	امنیت بالا و ایمن
			غیرمتمرکز بودن
			تبادل امن اطلاعات
			کاهش جعل و تقلب
			امنیت زیر ساخت
		بهبود کارایی	کاهش هزینه ها
			افزایش کارایی و راندمان
		دقت و وضوح	شفافیت اطلاعات
			کاهش خطای انسانی
			افزایش دقت
		دسترسی آزاد	دسترسی آزاد و بدون واسطه
			تراکنش های بدون واسطه
		سرعت در انجام عملیات	سرعت زیاد
			اتوماتیک بودن

راهبردها:

راهبردها در این پژوهش شامل مواردی است که در جدول ۵ می توان مشاهده کرد.

جدول (۵): مفاهیم و مقوله های شناسایی شده مرتبط با راهبردها

نوع مقوله	مقوله ها	مفاهیم	کدهای باز (فراوانی)
راهبردها	راهبرد شفاف‌سازی و اعتمادسازی	تغییرناپذیری داده‌ها	حذف تمرکز، کاهش فساد و جلوگیری از دستکاری
			پس از ثبت، داده‌ها قابل تغییر یا حذف نیستند
		قابلیت حسابرسی	هر تراکنش دارای زمان‌بندی و اطلاعات هویتی مشخص است.
			اجرای خودکار توافقات بدون نیاز به اعتماد به واسطه‌ها
	راهبرد حذف واسطه‌ها	رمزنگاری مالکیت	اثبات هویت و مالکیت بدون نیاز به دفاتر اسناد
		تبادل بدون واسطه	تبادل مستقیم دارایی‌ها بدون نیاز به واسطه مالی
	راهبرد مالکیت دیجیتال و توکن‌سازی	ایجاد مدل‌های کسب‌وکاری نوآورانه	فروش حق مالکیت بر دارایی‌های دیجیتال
		امکان تقسیم مالکیت	تقسیم یک دارایی فیزیکی مانند ملک یا خودرو به واحدهای کوچکتر
		تقویت امنیت و جلوگیری از جعل	هر تغییر مالکیت ثبت و تأیید شده و نمی‌توان آن را دستکاری کرد
	راهبرد هوشمندسازی و اتوماسیون	اتوماسیون	استفاده از فناوری برای انجام وظایف و فرایندها به‌صورت خودکار
		هوشمندسازی	افزودن قابلیت‌های تصمیم‌گیری خودکار و تطبیق‌پذیری به سیستم‌ها براساس داده‌ها و شرایط متغیر
		اوراکل	واسطه‌ای که داده‌های دنیای واقعی را به بلاک‌چین منتقل می‌کند
	راهبرد ایجاد اقتصاد مشارکتی و	اقتصاد مشارکتی	مدلی اقتصادی که منابع و ارزش‌ها به‌صورت مشترک توسط گروهی از افراد یا سازمان‌ها تولید،

نوع مقوله	مقوله ها	مفاهیم	کدهای باز (فراوانی)
	حکمرانی غیرمتمرکز		مدیریت و مصرف می‌شود
		حکمرانی غیرمتمرکز	فرآیند تصمیم‌گیری و مدیریت سازمانی بدون اتکا به نهاد مرکزی
		سازمان خودگردان غیرمتمرکز	نهادهای دیجیتال

پیامدها:

پیامدها در این پژوهش شامل مواردی است که در جدول ۶ می توان مشاهده کرد.

جدول (٦): مفاهیم و مقوله های شناسایی شده مرتبط با پیامدها

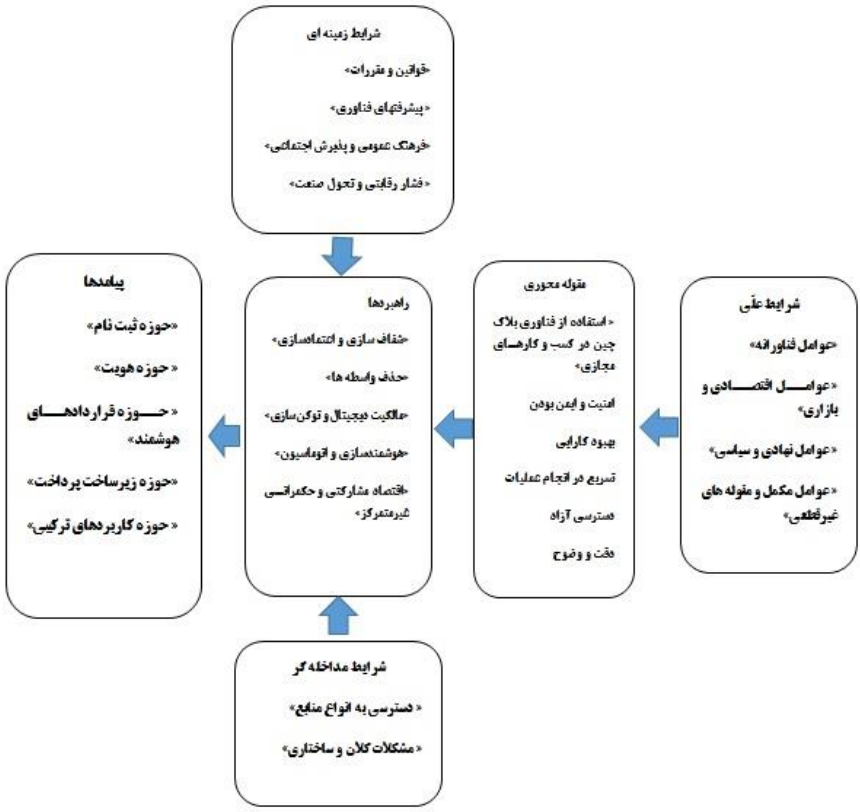
نوع مقوله	مقوله ها	مفاهیم	کدهای باز (فراوانی)
پیامدها	حوزه ثبت نام	در دسترس بودن فناوری	قابلیت استفاده برای عموم با سطوح سواد و معلومات متفاوت
			سهولت استفاده
			میزان در دسترس بودن فناوری
			قابلیت استفاده برای همگان
			امکانات راهنما و پشتیبانی فنی
			سهولت استفاده
		زیرساختهای فنی و اجرایی	زیر ساخت مورد نیاز برای استفاده
			شرایط قانونی و حقوقی
			الزامات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری
			شفافیت در طول زنجیره های تامین جهانی
			پایداری و توسعه مدل های کسب و کار
	حوزه هویت	امنیت	امکان تشخیص هویت به صورت غیر متمرکز و امن
			کنترل هویت
			حریم شخصی و محرمانگی
			محرمانگی داده ها در احراز هویت
			احراز هویت کاربر و حفاظت از داده ها

نوع مقوله	مقوله ها	مفاهیم	کدهای باز (فراوانی)
		نظارت و کنترل	استفاده از بلاک چین برای نظارت بر اصالت منشا غذا و اطمینان از قابلیت ردیابی آن
			بهبود امنیت مالی از طریق احراز هویت با فناوری بلاک چین
			جلوگیری از جعل هویت
			احراز هویت کاربر و حفاظت از داده ها
	حوزه قراردادهای هوشمند	کسب مزیت رقابتی	شناخت رقبا در حوزه بکارگیری بلاکچین در کسب و کارهای مجازی
			تعامل قرارداد هوشمند با سایر قراردادهای هوشمند
			ایجاد ارزش برای مشتریان با قرارداهای هوشمند بر پایه رمز ارز های معتبر
		هوشمندسازی	پذیرش قرارداد های هوشمند توسط سیستم ها
			تأیید و امضا توافق‌ها به صورت خودکار در قراردادهای هوشمند
			از بین رفتن نیاز به میانجی در قراردادها
			عدم نیاز به واسط یا طرف سوم در تعهدات یا تراکنش‌ها با استفاده از قراردادهای هوشمند
			قابلیت ارزیابی قرارداد ها
	حوزه زیرساخت پرداخت	کانال های پرداخت	توکن های دیجیتال
			پرداخت های بدون محدودیت زمان، مکان و حکومت و ...
			پرداخت و تسویه حساب های داخلی خارج از زنجیره
			کانال های پرداخت خرد
			صرافی های ارز دیجیتال
		زیرساختهای عملیاتی	هزینه فراهم سازی زیر ساخت و استفاده از آن برای کسب و کار
			در دسترس بودن بودن زیر ساخت های مورد نیاز
			نیازمندی های تکنیکی برای مدیریت و استفاده از زیرساخت

نوع مقوله	مقوله ها	مفاهیم	کدهای باز (فراوانی)
	حوزه کاربردهای ترکیبی	کاربردهای عملیاتی بلاک چین	ارتباط برقرارکردن کسب و کارهای مبتنی بر بلاک چین و غیر بلاک چین
			سرویس های قابل عرضه به کاربران (مثل ارزهای دیجیتال و امکان پرداخت با این قبیل ارزها)
			نظر سنجی های آنلاین
			حراج های آنلاین
			فریم ورک ها و پلتفرم های برنامه نویسی بلاکچین
			قابلیت استفاده بر حسب نوع کاربرد
			میزان قابلیت استفاده از فن‌آوری بلاک چین برای کاربردهای ترکیبی
			کاربرد فناوری بلاک چین در خدمات شهر هوشمند
		خدمات پشتیبانی	پشتیبانی از پروتکل ها، انطباق، تعامل
			قابلیت تعمیم پذیری به کسب و کارهای مختلف
			میزان پشتیبانی توسط توسعه دهندگان و متولیان امر

کدگذاری انتخابی:

کدگذاری انتخابی مرحله اصلی روش نظریه داده بنیاد است. کدگذاری انتخابی فرآیند یکپارچه سازی و بهبود و پالایش مقوله ها است به این ترتیب که پژوهشگر با ایجاد یک آهنگ و چیدمان خاص بین مقوله ها آن ها را برای ارائه و شکل دهی یک مدل فرآیندی تنظیم می کند. در این سطح سعی می شود با کنار هم نهادن مقوله ها حول مقوله محوری به منزله مضمون اصلی، یک روایت نظری برای پدیده ارائه شده و ضمن آن، حول این رشته اصلی، بین مفاهیم و مقوله ها، ارتباطی نظام مند ایجاد شود. در این پژوهش نتایج حاصل شده به صورت شکل ۱ ارائه شده است؛ به این ترتیب، در شکل شماره ۱، مدل استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی ارائه می گردد.



شکل شماره (۱): مدل استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی

مرحله دوم: بخش کمی پژوهش

مطالعه حاضر از نظر شیوه گردآوری و تحلیل داده ها در بخش کمی، توصیفی از نوع همبستگی مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است. همچنین ابزار گردآوری اطلاعات در این بخش پرسشنامه محقق ساخته است.

جامعه آماری بخش کمی این پژوهش شامل کلیه فعالان فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی در تهران، می باشد. جهت انتخاب حجم نمونه از رابطه کوکران استفاده گردید. در زیر

رابطه کوکران و پارامترهای آن شرح داده شده است (لیو و لین[۱]، ۲۰۰۶):

$$n = \frac{Nt^2 pq}{\varepsilon^2 (N-1) + t^2 pq} \qquad (۲-۳)$$

- در این رابطه داریم:
- ***n***: حداقل حجم نمونه،
- ***N***: حجم جامعه آماری،
- ***t***: مقدار متغیر نرمال واحد متناظر با سطح اطمینان α-۱، ۱.۹۶ در نظر گرفته می‌شود،
- ε: میزان اشتباه مجاز، معادل ۰.۰۵،
- ***p***: برآورد نسبت صفت متغیر و
- ***q***: ۱-***p***.
- در این تحقیق، تعداد جامعه آماری ۵۰۰ نفر می باشد که با استفاده از معادله کوکران، تعداد افراد مورد بررسی برابر با ۲۱۷ نفر ارزیابی شده‌اند و این افراد به صورت کاملاً تصادفی و رندوم از میان جامعه آماری به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند.

$$n = \frac{Nt^2 pq}{\varepsilon^2 (N-1) + t^2 pq} = \frac{500 \times 1.96 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (500-1) + (1.96 \times 0.5 \times 0.5)} = 217$$

-

یافته های بخش کمی پژوهش:

در این پژوهش مقدار پایایی پرسش نامه که بر اساس آزمون آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت در سطح بسیار قابل قبولی به دست آمده است که نتایج آن در جدول شماره ۷ ارائه شده است.

---

[۱]- Liu and Lin

جدول (۷): میزان آلفای کرونباخ برای متغیرهای تحقیق

متغیر	تعداد سؤال	آلفای کرونباخ
شرایط علّی	۶۷	۰.۷۸۱
شرایط زمینه ای	۷۴	۰.۸۴۴
شرایط مداخله گر	۱۰	۰.۷۷۲
موقله محوری	۱۴	۰.۸۳۹
راهبردها	۱۵	۰.۸۸۹
پیامدها	۴۷	۰.۷۵۰

همچنین برای بررسی روایی پرسشنامه نیز از نسبت روایی محتوا (**CVR**) و شاخص روایی محتوا (**CVI**) استفاده و در نهایت روایی پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت.

پس از بررسی تحلیل توصیفی تک تک سوالات پرسشنامه به بررسی و تحلیل وضعیت متغیرهای تحقیق پرداخته می‌شود. در واقع هدف از این امر تعیین وضعیت ادراکی جامعه از متغیرها می-باشد. نتایج تحلیل توصیفی و آزمون **T** تک نمونه متغیرهای تحقیق در جدول ۸ ارائه شده است.

جدول (۸): نتایج آزمون آزمون T تک نمونه‌ای

متغیر	میانگین	انحراف‌معیار	عدد آزمون = ۳					
			مقدار t	درجه آزادی	معناداری	تفاوت میانگین	۹۵ درصد اطمینان	
							حد پایین	حد بالا
شرایط علّی	۴.۲۵۵	۰.۴۸۵	۳۸.۰۹۸	۲۱۶	۰.۰۰۰	۱.۲۵۵	۱.۱۹۱	۱.۳۲۰
شرایط زمینه ای	۳.۶۳۴	۰.۶۸۹	۱۳.۵۶۱	۲۱۶	۰.۰۰۰	۰.۶۳۴	۰.۵۴۲	۰.۷۲۷
شرایط مداخله گر	۴.۱۶۱	۰.۵۲۳	۳۲.۶۸۲	۲۱۶	۰.۰۰۰	۱.۱۶۱	۱.۰۹۱	۱.۲۳۱
موقله محوری	۴.۲۸۶	۰.۵۴۰	۳۵.۰۸۳	۲۱۶	۰.۰۰۰	۱.۲۸۶	۱.۲۱۴	۱.۳۵۹
راهبردها	۴.۳۹۲	۰.۴۸۹	۴۱.۸۸۷	۲۱۶	۰.۰۰۰	۱.۳۹۲	۱.۳۲۶	۱.۴۵۷
پیامدها	۴.۳۸۶	۰.۵۰۰	۴۰.۸۳۳	۲۱۶	۰.۰۰۰	۱.۳۸۶	۱.۳۱۹	۱.۴۵۳

از آنجا که برای پاسخگویی به سؤالات تحقیق از طیف ۵ سطحی لیکرت استفاده شده است، نتایج نشان می‌دهد که مقادیر میانگین متغیرهای تحقیق در بازه ۱ تا ۵ قرار گرفته و انحراف معیار نیز گواه بر این امر است که نحوه پراکندگی مقادیر متغیرها حول میانگین آنها است.

به دلیل استفاده از طیف ۵ سطحی لیکرت در پاسخگویی به سؤالات پرسشنامه، عدد ۳ به عنوان عدد وسط یا ممتنع تلقی شده و فرض صفر در آزمون **T** تک نمونه به این صورت خواهد بود که میانگین مقادیر بدست آمده در نتیجه پاسخ‌ها، از میانگین فرضی آزمون (عدد ۳) کمتر و وضعیت ادراکی جامعه از آن متغیرها نامطلوب است. نتایج آزمون **T** تک نمونه نشان می دهد که مقدار سطح معناداری آزمون برای متغیرهای تحقیق کمتر از مقدار ۰.۰۵ می‌باشد. لذا فرض صفر مبنی بر اینکه میانگین ابعاد کمتر از ۳ می‌باشد تأیید نگردیده است. مقدار آماره **T** در فاصله ۱.۹۶- و ۱.۹۶+ نمی‌باشد و در ناحیه بحرانی آزمون قرار دارد؛ به بیان دیگر اختلاف میانگین از عدد ۳ معنی‌دار می‌باشد. از سوی دیگر، دو عدد نشان داده شده در ستون‌های مربوط به فاصله اطمینان ۹۵ درصدی تفاوت از میانگین، شامل عدد صفر نمی‌باشد؛ لذا این عامل نیز خود مؤید رد فرض صفر می‌باشد. همچنین، مثبت بودن حد بالا و پایین این فاصله نیز بیان‌گر این نکته می‌باشد

که میانگین متغیرهای تحقیق بیشتر از عدد ۳ می‌باشد.

نتیجهٔ کلی بدین‌صورت قابل تبیین خواهد بود که وضعیت ادراکی جامعه از متغیرهای تحقیق شامل عوامل علّی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، پدیده محوری، راهبردها و پیامدها در حد مطلوبی قرار دارد.

پس از بررسی تحلیل اماره های توصیفی در مورد سوالات پرسشنامه، به بررسی تحلیل آماره های استنباطی پرداخته شد.

در پژوهش حاضر، برای بررسی نرمال بودن داده های متغیر وابسته، از آزمون کولموگروف-اسمیرنف استفاده شد. لذا فرض صفر و برهان به فرم زیر ارائه می گردند:

- **فرض صفر**، خطای بیشتر از ۰/۰۵، اگر در مقدار پارامتر ضریب معناداری یا معیار تصمیم، خطا بیشتر از ۰/۰۵ باشد، این امر نشان از پذیرش فرض صفر دارد. یعنی دلیلی برای رد این فرض که نمونه موردنظر از توزیع نرمال به دست آمده وجود ندارد و توزیع داده‌های متغیر مربوطه، نرمال است.
- **فرض برهان**، خطای کمتر از ۰/۰۵، اگر در مقدار پارامتر ضریب معناداری یا معیار تصمیم، خطا کمتر از ۰/۰۵ باشد، این امر نشان از پذیرش فرض یک دارد. یعنی دلیلی برای پذیرش این فرض که نمونه موردنظر از توزیع نرمال به دست آمده وجود ندارد و توزیع داده های متغیر مربوطه، غیر نرمال است.

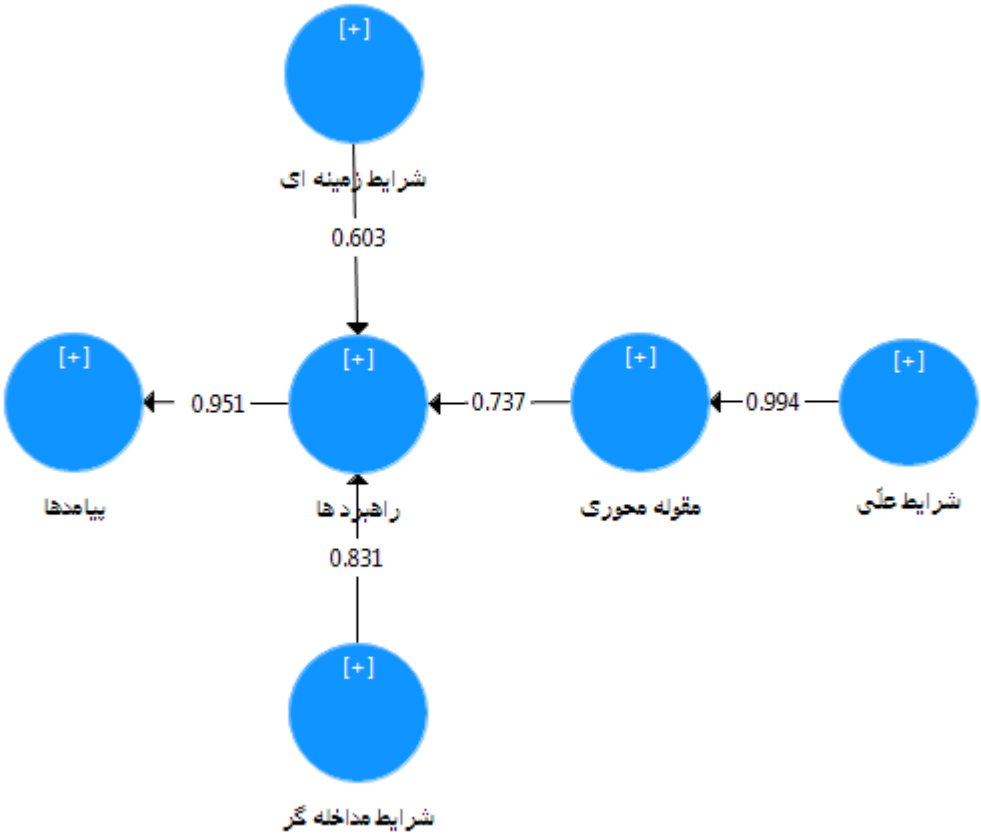
جدول (۹): نتیجه آزمون کولموگروف-اسمیرنف

متغیر	مقدار آزمون	سطح معناداری
شرایط علّی	۰.۱۳۱	۰.۲۸۴
شرایط زمینه ای	۰.۱۳۵	۰.۳۱۷
شرایط مداخله گر	۰.۰۹۸	۰.۷۳۱
مقوله محوری	۰.۱۵۹	۰.۶۴۳
راهبردها	۰.۱۵۵	۰.۶۰۳
پیامدها	۰.۱۴۵	۰.۷۲۹

خروجی حاصل از نرم افزار آماری ارائه شده در جدول شماره ۹ در خصوص نرمال بودن توزیع شرایط علّی، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر، مقوله محوری، راهبردها و پیامدها نشان می

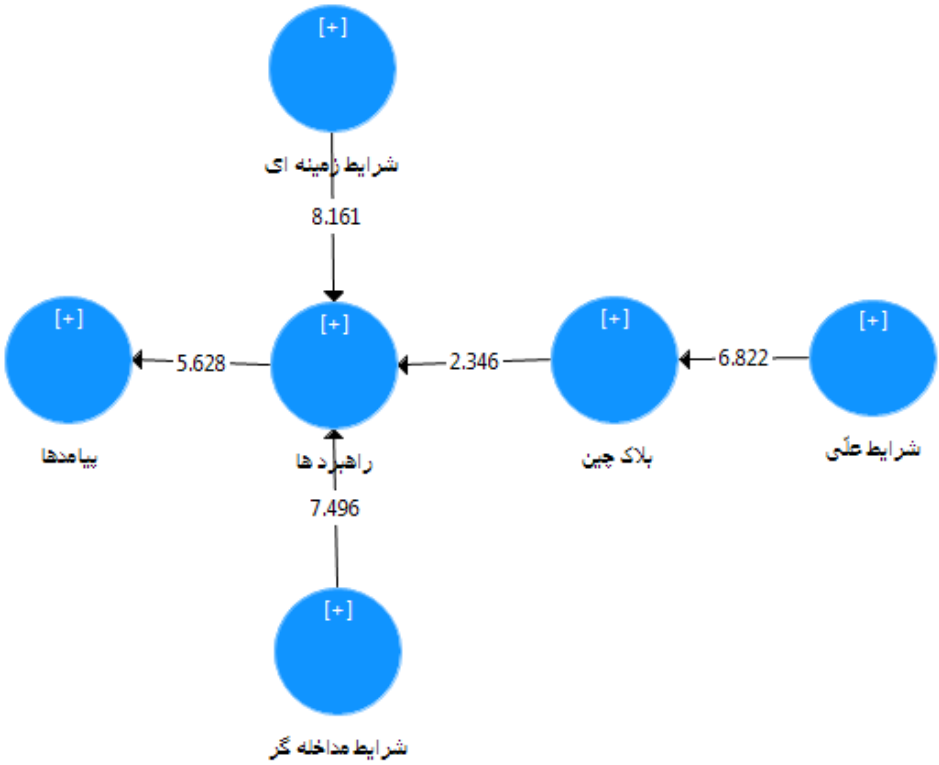
دهد که در سطح معناداری ۵ درصد، فرض صفر پذیرفته شده و داده ها از توزیع نرمالی برخوردار می‌باشند.

در ادامه به تحلیل بارهای عاملی شاخص‌ها پرداخته شد که نتایج آن در شکل شماره ۲ ارائه شده است.



شکل (۲): تحلیل عاملی تأییدی در حالت تخمین استاندارد

بر اساس نتایج ارائه شده در شکل شماره ۲، نتایج حاصل از آزمون نشان داد که تمامی بارهای عاملی شاخص‌ها بالای ۰/۴ می باشند و بارعاملی شاخص ها، مطلوب است.



شکل (۳): مدل معادلات ساختاری تحقیق در حالت ضرایب معناداری

همچنین نتایج ضرایب معناداری متغیرهای مدل در شکل شماره ۳ ارائه شده است. با توجه به اینکه نتایج **T-value** گزارش شده در شکل فوق، همگی از ۱/۹۶ بیشتر می باشد، بنابراین می توان نتیجه گرفت که در سطح معناری ۹۵ درصد، کلیه سؤالات برای مدل معادلات ساختاری مد نظر قرار می‌گیرد و نیازی به حذف هیچ یک از سوالات از مدل نیست.

معیار R^2

معیار $\mathbf{R^2}$ نشان دهنده‌ی تاثیری است که یک متغیر مستقل بر یک متغیر وابسته می‌گذارد. معیار $\mathbf{R^2}$ تنها برای متغیر وابسته‌ی مدل محاسبه می‌شود و در مورد متغیر مستقل، مقدار این معیار صفر

است. هرچه مقدار R^2 مربوط به متغیر وابسته‌ی مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. چین[۱] (۱۹۹۸)، سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳، و ۰/۶۷ را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 معرفی می‌کند. اگر ساختارهای یک مدل مسیری داخلی معین، یک متغیر مکنون درون‌زا (متغیر وابسته) را با تعداد معدودی (یک یا دو) متغیر مکنون برون‌زا شرح دهد، R^2در سطح متوسط قابل پذیرش می‌باشد، اما اگر متغیر مکنون درون‌زا متکی به چند متغیر مکنون برون‌زا باشد، متغیر R^2 حداقل باید در سطح قابل توجه قرار داشته باشد. جدول ۱۰، مقدار R^2 متغیر وابسته تحقیق را نشان می‌دهد که از شکل ۴-۸ استخراج شده است.

جدول (۱۰): مقدار R^2 متغیرهای وابسته‌ی مدل

متغیر	مقدار R^2
شرایط علّی	۰.۶۸۶
شرایط زمینه ای	۰.۷۴۶
شرایط مداخله گر	۰.۷۳۳
موقله محوری	۰.۸۳۴
راهبردها	۰.۷۰۹
پیامدها	۰.۸۹۲

همان‌طور که مشاهده می‌شود، مقادیر R^2 مربوط به متغیرهای وابسته مدل مفهومی طبق دسته-بندی چین (۱۹۹۸)، بالاتر از ۰.۶۷ محاسبه شدند که این نشان دهنده آن است که این متغیرها دارای مقدار R^2 قوی هستند.

معیار Q^2

روش دیگر برای ارزیابی مدل ساختاری، بررسی توانایی مدل در پیش‌بینی کردن است. معیار غالب برای رابطه پیش بین شاخص Q^2 است. این معیار که توسط استون و گیزر[۲] (۱۹۷۵) معرفی

---

[۱] - Chin

[۲] -Stone & Geisser

شد، قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد. این معیار که معمولاً با استفاده از شیوه‌ی **BF**[۱] سنجیده می‌شود، ادعا می‌کند که مدل باید بتواند یک پیش‌بینی از معرف‌های متغیر مکنون درون‌زا ارائه دهد. باید توجه کرد که شیوه‌ی **BF** فقط برای متغیر مکنون درون‌زایی به کار می‌رود که به صورت مدل اندازه‌گیری انعکاسی عملیاتی شده است. بر این اساس در صورتی که مقدار $\mathbf{Q^2}$ در مورد یک متغیر وابسته صفر یا کمتر از صفر شود، نشان از آن دارد که روابط بین متغیرهای دیگر مدل و آن متغیر وابسته به خوبی تعیین نشده است. به عبارتی اگر این مقدار برای یک متغیر مکنون درون‌زای معین بیشتر از صفر باشد، متغیرهای مستقل آن‌ها ارتباط پیش‌بین دارند. در مورد شدت قدرت پیش‌بینی مدل، سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ تعیین شده است که به ترتیب نشان دهنده‌ی قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی مدل در قبال آن متغیر است.

جدول(۱۱): مقدار Q^2 متغیر وابسته‌ی مدل

متغیر	مقدار Q^2
شرایط علّی	۰.۴۵۶
شرایط زمینه ای	۰.۵۵۸
شرایط مداخله گر	۰.۵۰۲
مقوله محوری	۰.۴۷۱
راهبردها	۰.۶۳۷
پیامدها	۰.۴۴۱

با توجه به مقدار $\mathbf{Q^2}$ به دست آمده برای متغیرهای وابسته‌ی مدل که در جدول شماره ۱۱ نشان داده شده، مشخص است که قدرت پیش‌بینی مدل برای متغیرهای وابسته در سطح قوی قرار دارد.

ارزیابی مدل کلی

برای برازش کلی مدل تنها یک معیار به عنوان **GoF**[۲] (شاخص نیکویی برازش) مورد استفاده قرار می‌گیرد. با توجه به این‌که این شاخص تا حدی به متوسط اشتراکی (**Commonality**) وابسته است، پس از این شاخص نیز به لحاظ مفهومی، زمانی می‌توان استفاده نمود که مدل

---

[۱] -Blindfolding

[۲] -Goodness of Fit

اندازه‌گیری از نوع انعکاسی باشد. این معیار توسط تننهاوس و همکاران[۱] (۲۰۰۴) ابداع گردید و طبق فرمول زیر محاسبه می‌شود:

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

به طوری که $\overline{Communalities}$ از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای مستقل و وابسته‌ی مدل به دست می‌آید و نشان می‌دهد که چه مقدار از تغییر پذیری شاخص‌ها (سوالات) توسط متغیر مرتبط با خود تبیین می‌شود. $\overline{R^2}$ نیز میانگین مقادیر $\mathbf{R^2}$ متغیر وابسته‌ی مدل است.

سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای **GOF** معرفی شده است. به این معنی که در صورت محاسبه‌ی مقدار ۰/۰۱ و نزدیک به آن برای **GOF** یک مدل، می‌توان نتیجه گرفت که برازش کلی آن مدل در حد ضعیفی است و باید به اصلاح روابط بین سازه‌های مدل پرداخت. برای مقادیر ۰/۲۵ و ۰/۳۶ برازش کلی مدل در سطح قابل قبول قرار دارد (وتزلس و همکاران[۲]، ۲۰۰۹). با توجه به توضیحات داده شده، مقادیر اشتراکی (**Communality**) و $\mathbf{R^2}$ متغیر وابسته‌ی مدل و نیز میانگین این دو معیار به صورت جدول ۱۲ ارائه می‌گردد.

---

[۱] -Tenenhaus et al

[۲] -Wetzels et al

جدول (۱۲): مقادیر اشتراکی و R^2 متغیرهای وابسته‌ی مدل

متغیر	مقدار R^2	مقادیر اشتراکی
شرایط علّی	۰.۶۸۶	۰.۵۴۴
شرایط زمینه ای	۰.۷۴۶	۰.۵۲۶
شرایط مداخله گر	۰.۷۳۳	۰.۵۸۳
راهبردها	۰.۸۳۴	۰.۷۱۶
پیامدها	۰.۷۰۹	۰.۵۶۰
استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی	-	۰.۶۲۸
میانگین	۰.۷۶۶	۰.۶۰۱

با توجه به جدول بالا، مقدار **GoF** به صورت زیر قابل محاسبه است:

$$GoF = \sqrt{(\overline{Communalities} \times \overline{R^2}} = \sqrt{0.601 \times 0.766} = 0.678 \quad (۹-۴)$$

مقدار **GOF** برای مدل این پژوهش برابر با ۰.۶۷۸ محاسبه شده که نشان از برازش کلی قوی و بسیار مناسب مدل دارد.

نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات

در پژوهش حاضر به طراحی مدل استفاده از فناوری بلاکچین در کسب و کارهای مجازی پرداخته شد. بدین منظور، در پاسخ به سؤال اصلی پژوهش نتیجه گیری شد که مدل مناسب آینده پژوهشی استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی شامل حوزه های بستر (زمینه ها)، شرایط علّی، عوامل مداخله گر، استراتژیها و پیامدها می باشد. بسترهای لازم برای استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی در قالب عواملی شامل: قوانین و مقررات، پیشرفتهای فناوری، فرهنگ عمومی و پذیرش اجتماعی، فشار رقابتی و تحول صنعت شناسایی شد. جای پای بلاک‌چین و انواع دارائی‌های رمزنگاری شده در بخش‌های مختلف اقتصاد و تجارت بین‌الملل مشهود است. این نقش پر رنگ و قابلیت جریان سازی آن می‌تواند بسیاری از مقررات پیشین را به چالش بکشد و کاستی و عدم کارائی مقررات موجود را نمایان سازد. بررسی عواملی که موجب ورود چنین تکنولوژی در حوزه اقتصاد و تجارت بین‌الملل می‌گردد، ضرورت وجود مقرراتی هماهنگ با ظهور این تکنولوژی و تغییرات حال و آینده تجارت بین‌الملل را نشان می‌دهد. عواملی مانند مبادله جهانی این دارائی‌ها، استفاده از آن به

عنوان وسیله نوین پرداخت‌های بین‌المللی یا به عنوان ابزاری برای تامین مالی و سرمایه گذاری و کارکرد آن برای اعمال مالکیت جهانی موجب لزوم نگاهی بین‌المللی به این تکنولوژی خواهد بود. از طرفی دیگر این موضوع جزء مواردی است که آثار و تبعات آن می‌تواند به خارج از مرزهای ملی کشیده شود و در چنین موضوعاتی نیاز به یکسان‌سازی قوانین و مقررات ملی است. حال آنکه کشورها به عنوان بازیگران عمده بین‌المللی در مقررات‌گذاری آن رویکرد یکسانی ندارند، برخی به دنبال محدودیت و ممنوعیت دارائی‌های رمزنگاری‌شده بوده‌اند، برخی با بلاتکلیفی قانونی رو در رو هستند و برخی دیگر به سمت پذیرش و نیل به قانون‌گذاری مثبت حرکت کرده‌اند. تفاوت رویکرد کشورها نشان می‌دهد که مقررات ملی به تنهایی قادر به ایجاد نظم و انضباط این مقوله جهانی نیست. پس در چنین موضوعاتی حتماً باید از طریق وضع مقررات یکسان و هماهنگ با دیگر کشورها به دنبال نظم و انضباط بین‌المللی رفت(صغیری و وحید، ۱۴۰۱). کاربرد فناوری بلاک چین آثار معنادار و قابل توجهی را بر حوزه عمومی می گذارد، از جمله در فضای حکمرانی عمومی، فرهنگ و اخلاق عمومی، مسائل اجتماعی، سلامت عمومی، اقتصاد و معاملات عمومی سازمان های عمومی و امنیت سایبر. در این زمینه باید توجه داشت که بازشناسی بلاک چین بر پایه بنیادهای فلسفی و سپس نظریه فرهنگی متناسب با این تکنولوژی، امکان طرح دکترین بلاک چین و دلالت های سیاستی آن را تمهید خواهد کرد (اشیری و همکاران، ۱۴۰۲).

در خصوص شرایط علّی استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی نتیجه گیری شد که تعداد ۴ عامل فناورانه، اقتصادی و بازاری، عوامل نهادی و سیاسی و عوامل مکمل و مقوله های غیرقطعی مستخرج از مصاحبه با خبرگان، تعیین کننده استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی می باشند.

در پاسخ به این سؤال که کدام عوامل می توانند در استفاده از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی نقش مداخله گر داشته باشند می توان به دسترسی به انواع منابع و مشکلات کلان و ساختاری اشاره نمود. در این زمینه باید توجه داشت که دسترسی به انواع منابع به ویژه منابع انسانی کارآمد و متخصص و همچنین شناسایی و رفع مشکلات می تواند به استفاده بهتر از فناوری بلاکچین در کسب و کارهای مجازی منجر گردد.

از این رو استراتژیهای بکار رفته شده از سوی دست اندرکاران حوزه فناوری های بلاک چین نیز باید در راستای رفع این موانع باشد. بر اساس نتایج پژوهش شاید اولین راهبرد برای استفاده از فناوری بلاکچین در کسب و کارهای مجازی، بهره گیری از شفاف سازی و اعتمادسازی باشد. همچنین آگاهی و بکارگیری استراتژی های حذف واسطه ها، مالکیت دیجیتال و توکن سازی، هوشمندسازی و اتوماسیون و اقتصاد مشارکتی و حکمرانی غیرمتمرکز در شرایط مختلف رقابت در بازار نیز می تواند مدیران را در بهبود استفاده از فناوری بلاکچین در کسب و کارهای مجازی یاری رساند.

در صورتی که هریک از استراتژی های مذکور از طریق مدیران و نهادهای مسئول به درستی اجرا گردد، می توان دستیابی به پیامدهای مثبت در حوزه های ثبت نام، حوزه هویت، حوزه قراردادهای هوشمند، حوزه زیرساخت پرداخت و حوزه کاربردهای ترکیبی را انتظار داشت. با گسترش دنیای سایبری مسائل به صورت مستقیم و غیرمستقیم وارد این حیطه شده و مورد مطالعه قرار می گیرند؛ فناوری بلاک چین جزو فناوریهای در حال توسعه می باشد که فرصت هایی را برای موضوعات جدید از جمله قراردادهای هوشمند ایجاد می نماید چرا که در واقع قرارداد هوشمند یک پروتکل کامپیوتری بر پایه فناوری بلاک چین است که برای ایجاد یا بهبود قرارداد می باشد. در این قراردادها تراکنش های معتبر به صورت کد برنامه نویسی شده، تعریف و به صورت خودکار بدون نیاز به واسطه اعمال می شوند (قاسم زاده ده آبادی، ۱۴۰۳). فناوری بلاکچین می تواند مدیریت اطلاعات را از بسیاری جهات بهبود بخشند و تسهیل نمایند. و در حوزه های مختلف مورد استفاده قرار گیرد. هیچ آسیب پذیری شناخته شده ای در این زمینه وجود ندارد زیرا فناوری بلاک چین از هر گونه انکار و جعل و مخاطرات امثال آن پیشگیری می کند. بنابراین مشکلات رایج سیستم های اطلاعاتی امروزی در آن راه ندارد.

با توجه به یافته های پژوهش، پیشنهاداتی به شرح ذیل ارائه می گردند:

- از آنجایی که پلتفرم بلاکچین همانند لایه‌ای برای پردازش و طبقه‌بندی اطلاعات عمل می‌کند و به دلیل معماری خاص آن، باعث تسهیل دسته‌بندی داده‌ها و کاربرد آسان‌تر آن نسبت به سیستم‌های دفتری و متمرکز می‌شود. این فناوری همچنین به گونه‌ای طراحی شده است که با عملکرد جدید کسب‌وکارها کاملاً مطابقت داشته و خدماتی بسیار فراتر از صرفاً پردازش اطلاعات و طبقه‌بندی ارائه می‌کند؛ به شرکتها و ارگانهای

مختلف پیشنهاد می گردد تا از این فناوری در کسب و کارهای خود به ویژه در زمینه های ثبت نام، هویت، قراردادهای هوشمند، زیرساخت پرداخت و ... استفاده نمایند.

- پیشنهاد می گردد دولتمردان حاکم بر کشورهای دنیا قوانینی را در قالب معاهده یا کنوانسیون تدوین نمایند که بر اساس آن بتوان از ارزها و فناوری بلاکچین در سطح بین المللی استفاده نمود.
- همانطور که توسعه‌ی اینترنت موجب دیجیتالی شدن اطلاعات و تبادلات مربوط به این حوزه شد؛ تکنولوژی بلاک‌چین نیز در ابتدا برای دیجیتالی کردن روند اعتمادسازی و توافق نامه‌ها توسعه پیدا کرد. طراحی منحصربه‌فرد فناوری بلاک‌چین این اطمینان را به ما می‌دهد که ثبت سوابق معاملات غیرقابل تغییر خواهد بود و تمامی شرکت‌کنندگان در این شبکه می‌توانند به آن اعتماد کنند. بنابراین پیشنهاد می گردد تا دست اندرکاران این حوزه، زمینه را برای اعتمادسازی و پذیرش اجتماعی استفاده بیش از پیش از این نوع فناوری مهیا نمایند.
- با توجه به اینکه یکی از جالب‌ترین کاربردهای تجاری تکنولوژی بلاک‌چین، دیجیتالی شدن کالاها و دارایی‌ها است. قابلیت‌های فرآیند توکنی کردن شبکه‌های بلاک‌چین، مثل اتریوم، به مشارکت‌کنندگان این امکان را می‌دهد تا بتوانند دارایی‌های دیجیتال را تولید، صادر و یا مدیریت کنند. همچنین شرکت‌ها و سازمان‌هایی هستند که از سرتاسر جهان کارمندانی دارند و برای پرداخت حقوق آن‌ها با مشکلاتی از جمله تبدیل ارزها به یکدیگر مواجه هستند. با استفاده از فرآیند کریپتوکارنسی بر بستر بلاک‌چین، می‌توانند اینگونه معاملات را با کارمزد کم و یا بدون هیچگونه کارمزدی انجام داد.
- تقویت آموزش و آگاهی بخشی به مدیران و کارکنان در خصوص مزایای بلاکچین و نحوه بهره برداری صحیح از آن در کسب و کارها، یکی دیگر از پیشنهادهای پژوهش می باشد. این آموزشها می تواند شامل کارگاههای آموزشی، دوره های آنلاین و جلسات مشاوره ای با کارشناسان بلاکچین باشد.
- پیشنهاد دیگر توسعه استانداردهای جهانی برای بلاکچین است. با وجود اینکه

بلاکچین یک فناوری جهانی است، اما هنوز بسیاری از کشورها و سازمانها از استانداردهای مشترک برای استفاده از این فناوری بهره مند نیستند. به همین دلیل، همکاریهای بین المللی در زمینه ایجاد این استانداردها می تواند به تسهیل استفاده از بلاکچین در همکاری های استراتژیک کمک کند.

- پیشنهاد می گردد ایجاد زیرساختهای فنی مناسب برای پیاده سازی بلاکچین در سازمانها مورد توجه قرار گیرد. این زیرساختها باید شامل سخت افزارها، نرم افزارها و شبکه های ارتباطی امن و قابل اعتماد باشند تا بتوان از بلاکچین در مقیاسهای بزرگ در راستای کسب و کارهای مجازی استفاده کرد.
- در نهایت اینکه به شرکتها پیشنهاد می گردد برای استفاده موفق از فناوری بلاک چین در کسب و کارهای مجازی، موانع موجود را شناسایی و برطرف کنند و اقدامات مناسبی را برای آموزش، ارتقاء زیرساختها و توسعه استانداردهای مشترک انجام دهند.

منابع:

آبدارزاده، پدرام؛ روشندل اربطانی، طاهر؛ کیماسی، مسعود (۱۴۰۰). مدلسازی وضعیت حکمرانی خوب الکترونیک در فضای کسب و کار مجازی در صنعت بیمه، **مدیریت بازرگانی، ۱۳(٤): ۸۸۵-۸٦٤.**

اشیری، سعید؛ هاشمیان، سید محمدحسین؛ اسلامی تنها، علی اصغر (۱۴۰۲). دلالت های سیاستی کاربرد بلاکچین در سیاست گذاری فرهنگی، دو فصلنامه دین و سیاست فرهنگی، ۱۰(۲۱): ۳۸-۸

ایمان خان، نیلوفر (۱۳۹۷). کسب و کار الکترونیکی و عملکرد بنگاه های نوظهور. مدلسازی اقتصادی. ۱۲(۱): ۱۰۵-۸۳.

خاتمی فیروزآبادی، سید محمدعلی؛ عسگری مهر، مسعود؛ مرتاض هجری، فرخنده (۱۳۹۷). راهکارهای توسعه کسب و کارهای الکترونیک در چارچوب تسهیل و ارتقای فضای کسب و کار، پژوهشنامه اقتصادی، ۱۸(۶۸): ۲۹۰-۲۵۳.

دهبسته، کبری؛ پورابراهیمی، علیرضا؛ افشار کاظمی، محمدعلی؛ والمحمدی امامچائی، چنگیز (۱۳۹۹). طراحی مدل کسب و کار مبتنی بر فناوری بلاکچین در کشورهای در حال توسعه با استفاده از متد کیفی تحلیل محتوا (مطالعه موردی در اپراتور تلفن همراه ایران). فصلنامه بهبود مدیریت. ۱۴(۲): ۱۶۹-۱۴۷.

صغیری، بهراد؛ وحید، هادی (۱۴۰۱). ضرورت مقررات گذاری بین المللی در حوزه بلاکچین و دارایی های رمزنگاری شده، فصلنامه تحقیقات حقوقی، ۲۵: ۲۷۱-۲۴۵.

قاسم زاده ده ابادی، عارفه (۱۴۰۳). بکارگیری اینترنت اشیاء و بلاکچین در قراردادهای هوشمند. فصلنامه فناوری اطلاعات و ارتباطات، ۵(۲): ۵۹-۵۱.

مهرفاضلی، فری؛ محمودی، احمد؛ عسکریان، فریبا (۱۴۰۳). فناوری بلاکچین: مزایا، چالش ها و راهبردهای توسعه آن در بخش خدمات صنعت ورزش. نشریه مدیریت ورزشی. مقاله آماده انتشار.

میش مست هراتی، خشایار؛ موسوی، سید علیرضا؛ حیدرزاده هنزایی، کامبیز؛ عبدالوند، محمدعلی (۱۴۰۲). واکاوی پیشایندها و پیامدهای کسب وکار تجاری هوشمند مبتنی بر بلاکچین با استفاده از رویکرد مرور نظام مند پیشینه. بررسی های بازرگانی، ۱۱۸: ۱۳۴-۱۱۵.

نوروزی، احمد؛ منظور، داوود(۱۳۹۸). کاربردهای فناوری بلاکچین در کسب و کارهای صنعت انرژی: فرصتها و چالش ها. نشریه انرژی ایران. ۲۲(۲): ۵۸-۲۳.

والافر، امیر؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود (۱۴۰۳). بازاریابی دیجیتال مبتنی بر فناوری بلاکچین با تمرکز بر حکمرانی (مورد مطالعه: صنعت هوانوردی). فصلنامه آماد و فناوری دفاعی، ۶(۲۱): ۱۹۲-۱۶۲.

Aydiner, A.S.(۲۰۲۱). New Approach to A Disruptive Business Model with Dynamic Capability under the Blockchain Technology. In Management Strategies to Survive in a Competitive Environment: How to Improve Company Performance; Springer: Cham, Switzerland; pp. ۱۷–۳۲.

Bürer, M.J.; de Lapparent, M.; Pallotta, V.; Capezzali, M.; Carpita, M.(۲۰۱۹). Use cases for Blockchain in the Energy Industry Opportunities of emerging business models and related risks. Comput. Ind. Eng, ۱۳۷, ۱۰۶۰۰۲.

Blockchain Technology in Business Chao, Y.; Goli, A. (۲۰۲۴). Integrating //: Sustainability ۲۰۲۴, ۱۶, ۷۲۱۷. https.Models for Sustainable Innovation doi.org/۱۰.۳۳۹۰/su۱۶۱۶۷۲۱۷.

Chen, Y.; Bellavitis, C.(۲۰۲۰). Blockchain disruption and decentralized finance: The rise of decentralized business models. J. Bus. Ventur. Insights ۲۰۲۰, ۱۳, e۰۰۱۵۱.

Chong, A.Y.L.; Lim, E.T.K.; Hua, X.; Zheng, S.; Tan, C.W. (۲۰۱۹). Business on chain: A comparative case study of five blockchain-inspired business models. J. Assoc. Inf. Syst, ۲۰, ۱۳۰۸–۱۳۳۷.

Firica, O.(۲۰۱۷). Blockchain technology: Promises and realities of the year ۲۰۱۷. Qual. Access Success, ۱۸, ۵۱.

Kewell, B.; Adams, R.; Parry, G.(۲۰۱۷). Blockchain for good? Strateg. Chang, ۲۶, ۴۲۹–۴۳۷.

Kimani, D.; Adams, K.; Attah-Boakye, R.; Ullah, S.; Frecknall-Hughes, J.; Kim, J.(۲۰۲۰). Blockchain, business and the fourth industrial revolution: Whence, whither, wherefore and how? Technol. Forecast. Soc. Chang, ۱۶۱, ۱۲۰۲۵۴.

Lee, J.Y. (۲۰۱۹). A decentralized token economy: How blockchain and cryptocurrency can revolutionize business. Bus. Horiz, ۶۲, ۷۷۳–۷۸۴.

Mariappan, S.(۲۰۱۹). Blockchain technology: Disrupting the current business and governance model. Int. J. Recent Technol. Eng, ۸, ۶۲۸۵–۶۲۹۲.

Marikyan, D.; Papagiannidis, S.; Rana, O.F.; Ranjan, R.(۲۰۲۲). Blockchain: A business model innovation analysis. Digit. Bus, ۲, ۱۰۰۰۳۳.

Nowi´ nski,W.; Kozma, M.(۲۰۱۷). How can blockchain technology disrupt the existing business models? Entrep. Bus. Econ. Rev, ۵, ۱۷۳–۱۸۸.

Nwaiwu, F.(۲۰۱۸). Review and Comparison of Conceptual Frameworks on Digital Business Transformation. J. Compet, ۱۰, ۸۶–۱۰۰.

Oh, J.; Shong, I. (۲۰۱۷). A case study on business model innovations using Blockchain: Focusing on financial institutions. Asia Pac. J. Innov. Entrep, ۱۱, ۳۳۵–۳۴۴.

Reinartz, W.; Wiegand, N.; Imschloss,(۲۰۱۹). M. The Impact of Digital Transformation on the Retailing Value Chain. Int. J. Res. Mark, ۳۶, ۳۵۰–۳۶۶.

Sharma, J.; Taherdoost, H.(۲۰۲۱). Impact of Blockchain Technology on the Development of E-Businesses. In Proceedings of the International Conference on Advances in Data Computing, Communication and Security (I۳CS), National Institute of Technology, Kurukshetra, India, ۸–۱۰ September ۲۰۲۱; Springer: Singapore, ۲۰۲۱.

Taherdoost, H.; Madanchian, M. (۲۰۲۳). Blockchain-Based New Business Models: A SystematicReview. Electronics ۲۰۲۳, ۱۲, ۱۴۷۹.

Vaska, S.; Massaro, M.; Bagarotto, E.M.; Dal Mas, F.(۲۰۲۱). The Digital Transformation of Business Model Innovation: A Structured Literature Review. Front. Psychol, ۱۱, ۳۵۵۷.

Viriyasitavat, W.; Xu, L.D.; Bi, Z.; Pungpapong, V.(۲۰۱۹). Blockchain and Internet of Things for Modern Business Process in Digital Economy—The State of the Art. IEEE Trans. Comput. Soc. Syst, ۶, ۱۴۲۰–۱۴۳۲.

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸۶)/ تابستان ۱۴۰۵/ ۱۷۳-۱۴۰
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲۶, Vol. ۲۲, No.۲ (۸۶)

برآورد شاخص‌ها و مولفه‌های جهانی شدن بر رشد اقتصادی ایران

صمد مصطفوی[۱]
امیرعلی فرهنگ[۲]
ابراهیم عبدی[۳]

(تاریخ دریافت ۱۴۰۴/۴/۲۴ - تاریخ تصویب ۱۴۰۴/۷/۱۶)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
جهانی شدن فرآیند پیچیده ای است که از مرزهای ملی فراتر می رود، اقتصادهای ملی، فرهنگ ها، فناوری ها و در نتیجه ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی را گرد هم می آورد که وابستگی متقابل بین کشورها را افزایش می دهد.این تحقیق با استفاده از شاخص جهانی شدن و مؤلفه های آن (شاخص های جهانی شدن اقتصادی، اجتماعی و سیاسی) تأثیر جهانی شدن بر رشد اقتصادی ایران را در بازه زمانی ۱۹۷۹ تا ۲۰۲۱ بررسی می کند. از طریق فرایند تجزیه و تحلیل نتایج به دست آمده از بررسی یافته های سریهای زمانی شاخص جهانی شدن و رشد اقتصادی مشخص می‌شود که، ابتدائاً ، یک وابستگی نسبتاً بالایی در فرکانسهای بالا در طول میانی دوره مورد

[۱] -گروه اقتصاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
[۲] -گروه اقتصاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول) s_farhang@pnu.ac.ir_
[۳] -گروه اقتصاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

بررسی بین این دو شاخص وجود دارد و دو شاخص هم فاز (همجهت) هستند و رشد اقتصادی علت افزایش جهانی شدن است و رشد اقتصادی شاخص پیشرو است همچنین در میان مدت تا سال ۲۰۰۰ رشد اقتصادی تاثیر غیر هم فازی برای جهانی شدن داشته است و با کاهش فرکانس(افزایش طول دوره سرمایه گذاری) به شدت میزان وابستگی بین این دو شاخص افزوده شده است و جهانی شدن به عنوان شاخص پیشرو باعث افزایش رشد اقتصادی کشور ایران شده است.پس در کوتاه مدت اثر متقدم بودن رشد اقتصادی و در بلند مدت اثر متقدم بودن جهانی سازی مشخص است.

واژگان کلیدی: شاخص جهانی شدن KOF ، جهانی شدن، رشد اقتصادی، موجک، ایران.

۱- مقدمه

جهانی شدن اقتصادی به معنای ایجاد ارتباطات و تعاملات بین‌المللی از طریق تجارت کالا و خدمات، جابجایی سرمایه (شامل سرمایه‌گذاری پرتفوی یا مستقیم خارجی)، جریان‌های نیروی کار، انتقال دانش و فناوری، و سیاست‌هایی است که این جریان‌ها را تسهیل می‌کنند (Ahmed et al., ۲۰۲۱; Baidoo et al., ۲۰۲۳; Gygli et al., ۲۰۱۹; Shangquan, ۲۰۰۰). جهانی شدن به عنوان موتوری برای رشد اقتصادی در جهان عمل می‌کند. اثرات مثبت آن به دو دلیل عمده شامل: ۱) ظهور علم و فناوری که هزینه‌های تجارت و سرمایه‌گذاری بین‌المللی را کاهش داده و امکان سازماندهی و تولید کارآمدتر را فراهم می‌آورد، و ۲) گسترش فعالیت‌های شرکت‌های چند ملیتی به بازارهای جدید و ایجاد زیرساخت‌های تجاری و مالی در این کشورها، شکل می‌گیرد. جهانی شدن اقتصادی همچنین دستورکار توسعه‌ای کشورهای مختلف را تحت تأثیر قرار داده است، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه که از این طریق به منابع واسطه‌ای و نهایی، فناوری‌های نوین، و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی دسترسی پیدا می‌کنند و در نتیجه بهره‌وری و رقابت‌پذیری در آن‌ها افزایش می‌یابد (Kilicarslan & Dumrul, ۲۰۱۷; Yameogo et al., ۲۰۲۱;Baidoo et al., ۲۰۲۲; Duodu, ۲۰۲۰; Zahonogo, ۲۰۱۸;Farhang et al,۲۰۲۵). اگرچه مستند شده که اقتصادهای باز تمایل به رشد سریع‌تر از اقتصادهای بسته دارند، اما مطالعات نشان می‌دهند که کشورهای در حال توسعه از مزایای جهانی

شدن اقتصادی به اندازه کشورهای توسعه‌یافته بهره‌مند نشده‌اند. به عنوان نمونه، برخی محققان (Adesoye et al., ۲۰۱۵; Yameogo et al., ۲۰۲۱)معتقدند که این کشورها به دلیل وابستگی به مواد خام و فقدان ارزش افزوده، در برابر شوک‌های جهانی آسیب‌پذیرند .جنگ روسیه و اوکراین به عنوان مثالی برجسته از این آسیب‌پذیری، به طور قابل توجهی باعث افزایش قیمت کالاهایی نظیر گندم و نفت و در نتیجه تورم در بسیاری از کشورهای در حال توسعه شده است.(Tetteh, ۲۰۲۳)

در ایران، جهانی شدن اقتصادی نیز به شدت تحت تأثیر عوامل متعددی نظیر تحریم‌های بین‌المللی، قرارگیری در فهرست سیاه FATF و فضای نامناسب کسب‌وکار قرار گرفته است. بر اساس گزارش‌های آنکتاد، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ایران در دهه اخیر به شدت کاهش یافته و حتی در برهه‌هایی به سطح صفر نزدیک شده است .رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۲۳ حدود ۴.۱ درصد پیش‌بینی شده است که این روند در سال ۲۰۲۴ به ۳.۵ درصد کاهش خواهد یافت .(unctad, ۲۰۲۴) این کاهش ناشی از بی‌ثباتی‌های اقتصاد کلان و اثرات سرریز از **جنگ روسیه و اوکراین** عنوان شده است. از این رو، درک ارتباط بین جهانی شدن اقتصادی و رشد اقتصادی در ایران اهمیت ویژه‌ای دارد.این رشد پایین مستلزم اقدامات ذینفعان برای اتخاذ تدابیری برای ارتقای رشد اقتصادی و در نهایت رفاه شهروندان است. اما شایان ذکر است که این اقدامات برای اتخاذ و اجرا نیاز به هدایت تحقیقات تجربی مانند مطالعه حاضر دارد. جهانی شدن اقتصاد از طریق تجارت بین المللی و جریان‌های مالی در حال افزایش است. بررسی داده‌های سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی **(FDI)** در ایران و مقایسه آن با کشورهای منطقه نشان می‌دهد که ایران به شدت در این بخش عقب‌مانده است. برای مثال، حتی کشور بحرین توانسته سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بیشتری نسبت به ایران جذب کند. در دهه اخیر، میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ایران به شدت کاهش یافته و حتی به سطح صفر نزدیک شده است. این وضعیت منجر به رکود اقتصادی، افزایش بیکاری، تورم و سایر مشکلات اقتصادی شده است.عوامل مختلفی برای این وضعیت وجود دارند، از جمله تحریم‌های سنگین و قرار گرفتن در لیست سیاه **FATF** حتی در شرایطی که تحریم‌ها وجود ندارد، ایران نتوانسته است سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی مناسبی جذب کند. داده‌های سرمایه‌گذاری خارجی در ایران

نشان می‌دهد که در طی ۲۰ سال گذشته، با نوسانات زیادی مواجه بوده است، که عواملی مانند تحریم‌ها، بی‌ثباتی اقتصادی و فضای نامناسب کسب و کار در ایران می‌توانند علت اصلی این نوسانات باشند.

بر اساس گزارش انکتاد با امضای برجام، سرمایه‌گذاری خارجی در ایران افزایش یافت، اما پس از خروج آمریکا از برجام و تشدید تحریم‌ها، دوباره کاهش یافت. در سال ۱۳۹۹، سرمایه‌گذاری خارجی در ایران حدود ۳۹ درصد افزایش یافته است. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی از روش‌های اصلی جذب سرمایه خارجی در ایران است، در حالی که سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار سهم کمی دارد. در سال ۱۳۹۹، سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار با حدود ۶۹ درصد افزایش به حدود ۱۶۵ میلیون دلار رسید و سهم حدود ۱۲ درصدی از کل سرمایه‌گذاری خارجی را در ایران به خود اختصاص داد. به طبق گزارش‌های آنکتاد، در سال ۲۰۲۱، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ایران ۶ درصد افزایش یافته و به حدود ۱ میلیارد و ۴۲۵ میلیون دلار رسیده است. این در حالیست که در سال‌های گذشته، سرمایه‌گذاری خارجی در ایران کاهش می‌یافته است .سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشورهای منطقه: کشورهای منطقه به ویژه حوزه خلیج فارس تلاش‌های موفقیت‌آمیزی در جذب سرمایه‌گذاری خارجی داشته به طوری که شرایط بسیاری از آنها اصلا با ایران قابل مقایسه نیست و نه تنها در جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی موفق عمل کرده بلکه سرمایه خود آنها نیز در بخش‌های مالی جهانی در حال گردش است. به عنوان مثال کشور کوچک بحرین را مثال بزنیم که زمانی بخشی از خاک ایران بود و وسعت و منابع این کشور اصلا با ایران قابل مقایسه نیست. آخرین گزارش گزارش آنکتاد نشان می‌دهد که میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در این کشور در سال ۲۰۲۱ رشد ۷۳ داشته و به ۱ میلیارد و ۷۶۰ میلیون دلار رسیده است که فاصله معناداری با ایران دارد. اگر به کشور قزاقستان نیز نگاه کنیم که باز هم به لحاظ پتانسیل اقتصادی از ایران ضعیف‌تر است توانسته در سال ۲۰۲۲ طبق گزارش دولت این کشور حدود ۲۸ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جذب کند و البته بر اساس گزارش انکتاد میزان جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در این کشور نزدیک ۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ بوده است. عربستان و قطر در سال ۲۰۲۲ در منطقه کشورهای پیشتاز در جذب سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاری بودند به طوری که ۳۷ درصد سرمایه‌گذاری در بخش صنعت عربستان **FDI** است و قطر نیز در سال ۲۰۲۲ حدود ۱۳۵ پروژه را در راستای جذب

سرمایه‌گذاری خارجی ثبت کرده است. عربستان سعودی برنامه‌ریزی کرده که تا سال ۲۰۳۰ میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی سالانه خود را به ۱۰۰ میلیارد دلار برساند که هدفی جاه‌طلبانه اما کاملا قابل دسترس برای این کشور است. ترکیه نیز روند بسیار خوبی در سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به خصوص از جانب آلمان دارد. طبق گزارش انکتاد میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در سال ۲۰۲۱ این کشور حدود ۱۴ میلیارد دلار بوده که نسبت به سال قبل رشد ۷۶ درصدی را تجربه کرده است. همچنین کشور امارات که یکی از کشورهایی است که در سطح جهان بیشترین میزان سرمایه‌گذاری خارجی را جذب کرده توانسته در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۰ باز هم رشد نزدیک به ۴ درصدی داشته باشد و میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را به نزدیک ۲۱ میلیارد دلار ارتقا دهد. ایالات متحده با ۸۷ پروژه در دبی بزرگترین سرمایه‌گذار در امارات است و انگلستان و هند در رتبه‌های بعدی قرار دارند. پیگیری رشد ایران از طریق جهانی شدن اقتصادی منجر به استخراج منابع طبیعی و گسترش فعالیت های صنعتی، مصرف انرژی شده است (Unctad,۲۰۲٤; Karimi Takanlou et al, ۲۰۲۳). از این رو درک ارتباط بین جهانی شدن اقتصادی و رشد اقتصادی در ایران ضروری است، از این رو این مطالعه حاضر را مهم می کند.

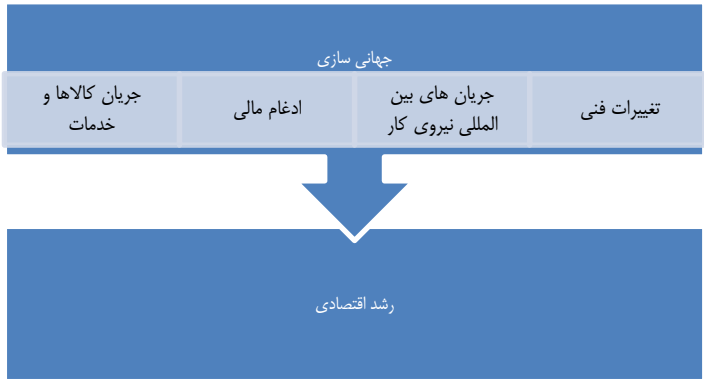
اهمیت موضوع تحقیق را می‌توان چنین عنوان کرد که: تحقیق حاضر نه تنها به شکاف‌های موجود در ادبیات جهانی شدن اقتصادی می‌پردازد، بلکه به طور مستقیم بر سیاست‌های کلان اقتصادی ایران تأثیرگذار است. با توجه به چالش‌های اقتصادی ناشی از تحریم‌های بین‌المللی، کاهش سرمایه‌گذاری خارجی و وابستگی به صادرات نفت، بررسی نقش جهانی شدن اقتصادی در رشد کشور از اهمیت بالایی برخوردار است. نتایج این پژوهش می‌تواند به تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران کمک کند تا در تدوین استراتژی‌های توسعه پایدار، توجه بیشتری به فرصت‌ها و تهدیدهای جهانی شدن داشته باشند. از سوی دیگر، نتایج این تحقیق می‌تواند به شناخت بهتر تعاملات اقتصادی ایران با کشورهای منطقه و جهان کمک کند و زمینه‌ساز تصمیمات مناسب در عرصه تجارت و سرمایه‌گذاری بین‌المللی باشد. همچنین، این مطالعه به دلیل بررسی ابعاد مختلف جهانی شدن، می‌تواند مبنای پژوهش‌های آتی در سایر حوزه‌های اقتصادی کشور قرار گیرد.

هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر ابعاد جهانی شدن بر رشد اقتصادی ایران است. همچنین،

پژوهش حاضر به بررسی تأثیرات کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت جهانی شدن بر رشد اقتصادی کشور می‌پردازد. فرضیات اصلی این پژوهش شامل: ۱) همبستگی مثبت جهانی شدن و رشد اقتصادی، ۲) افزایش رشد اقتصادی در بلندمدت به واسطه جهانی شدن، ۳) کاهش رشد اقتصادی در کوتاه‌مدت به دلیل جهانی شدن و ۴) تأثیر جهانی شدن به عنوان عاملی تعیین‌کننده در رشد اقتصادی است. برای این منظور، در بخش دوم مطالعه به مروری بر ادبیات تحقیق پرداخته می‌شود. در بخش سوم مطالعه الگو و روش تحقیق و در بخش چهارم و پنجم تجزیه و تحلیل الگوهای پژوهش ارائه شده است. در نهایت بخش ششم نیز به نتیجه‌گیری اختصاص یافته است.

۲- پیشینه پژوهش و مبانی نظری

این بخش مرور ادبیات نظری و تجربی را ارائه می‌کند که زیربنای این مقاله است. قبل از بحث در مورد مبانی نظری این مقاله، شکل ۱ که رابطه بالقوه بین جهانی شدن و رشد اقتصادی را نشان می دهد، ارائه شده است.



شکل (۱) - چارچوب نظری رابطه بین جهانی شدن و رشد اقتصادی.

شکل ۱ پیوندهای نظری بین جهانی شدن و رشد اقتصادی را نشان می دهد. همانطور که توسط حسین و همکاران[۱]. (۲۰۱۸)؛ نشان داده شده است، جهانی شدن می تواند از طریق چهار کانال

[۱] -Hossain

اصلی بر رشد اقتصادی تأثیر بگذارد، جریان کالاها و خدمات، ادغام مالی، جریان های بین المللی نیروی کار و تغییرات فنی برای تسهیل تولید. برای مثال، ادغام مالی ممکن است رشد اقتصادی را از طریق تخصیص سرمایه، امکان تنوع بخشیدن به ریسک، تسهیل سرمایه گذاری و ارتقای ثبات مالی، ارتقا دهد. همچنین از طریق تجارت بین‌المللی، کشورها می‌توانند به بازارهای بزرگ‌تر، کالاهای تمام‌شده و نیمه‌تمام دسترسی داشته باشند تا تولید و مصرف را افزایش دهند که به نوبه خود رشد اقتصادی کشورها را افزایش می‌دهد.

از لحاظ نظری، پیوند بین جهانی شدن اقتصادی و رشد اقتصادی را می توان با تئوری های رشد نئوکلاسیک و درون زا توضیح داد. مدل رشد نئوکلاسیک استدلال می کند که یک کشور ممکن است رشد خود را از طریق تجارت با سایر کشورها از طریق مزیت های رقابتی و مطلق تقویت کند. این بدان معناست که کشورها ممکن است از طریق تجارت درآمد ایجاد کنند، و از این رو، می توانند سریعتر رشد کنند (**Ricardo,** ۱۸۱۷**; Smith,** ۱۷۷۶). تئوری رشد نئوکلاسیک همچنین تشخیص می دهد که جهانی شدن اقتصادی، که با افزایش تجارت بین المللی (جهانی شدن تجارت) و جریان سرمایه گذاری در سراسر مرزهای کشور (جهانی شدن مالی) مشخص می شود، می تواند رشد را از طریق رقابت، نوآوری و تخصیص کارآمد منابع تقویت کند (**Heimberger,** ۲۰۲۲). همچنین نشان داده شده است که تجارت (مولفه جهانی شدن اقتصادی) فقط دارای مزایای کوتاه مدت است (**Baldwin,** ۱۹۸۹). در مدل‌های رشد درون‌زا، تأثیر جهانی‌سازی تجارت بسیار ساده است، زیرا کشورهایی که فضای باز می‌شوند، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه سریع‌تر رشد می‌کنند (**Yanikkaya,** ۲۰۰۳**; Young,** ۱۹۹۱)، از طریق سرریزهای فناوری و انتقال دانش. به‌علاوه، جریان‌های مالی مانند **FDI** جزء جهانی‌سازی مالی تنها در صورتی بر رشد تأثیر می‌گذارد که پیشرفت فناوری را افزایش دهد، همانطور که توسط نظریه رشد نئوکلاسیک نشان داده شده است (**Iamsiraroj &** ۲۰۱۵ **Ulubas¸oglu,** ˇ). علاوه بر این، تئوری رشد درونزا نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی می‌تواند مستقیماً از طریق تسهیل فناوری‌های جدید و انباشت سرمایه و به‌طور غیرمستقیم از طریق بهبود زیرساخت‌ها، سرمایه انسانی، مؤسسات و سرریزها بر رشد تأثیر بگذارد. علاوه بر این، جهانی شدن مالی می تواند به کشور میزبان در دستیابی به بازارهای جدید

و منابع مالی برای رشد کمک کند (**Baldwin et al., ۲۰۰۵**). با این حال، ساختارگرایان معتقدند که جریان سرمایه خارجی ممکن است تجهیز اعتبار داخلی را از بین ببرد و ممکن است مانع رشد در کشور دریافت‌کننده شود(**Papanek, ۱۹۷۳**). به عنوان مثال، بورنشتاین[۱] و همکاران. (۱۹۹۸) استدلال می‌کنند که بهره وری جریان سرمایه خارجی به عوامل مساعد در کشور میزبان مانند سرمایه انسانی بستگی دارد و منافع حاصل از انگیزه های تحریف شده است. این نشان می‌دهد که پیش‌بینی‌های نظری جهانی شدن و رشد مالی واضح نیست (**Heimberger, ۲۰۲۲**).

مطالعات تلاش کرده اند تا تأثیر جهانی شدن اقتصادی (جهانی شدن تجارت و مالی) بر رشد اقتصادی را با استفاده از زیر مؤلفه های مختلف جهانی شدن اقتصادی مانند باز بودن تجارت (درصد تولید ناخالص داخلی)، سرمایه گذاری مستقیم خارجی، و حواله ها بررسی کنند. به عنوان مثال، پاپانک (۱۹۷۳) نقش جریان های مالی (کمک، سرمایه گذاری خصوصی خارجی و پس انداز) را بر عملکرد اقتصادی کشورهای کمتر توسعه یافته بررسی کرد. نویسنده با استفاده از رگرسیون بین کشوری گزارش داد که پس‌انداز و جریان‌های خارجی بیش از یک سوم رشد در این کشورها را تشکیل می‌دهند. به طور مشابه، بورنشتاین و همکاران. (۱۹۹۸) از داده های مربوط به جریان های مالی ورودی به ۶۹ کشور در حال توسعه برای بررسی اثرات **FDI** بر رشد اقتصادی استفاده کرد. نتایج به‌دست‌آمده از این ایده حمایت می‌کند که سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی از طریق انتقال فناوری باعث افزایش رشد می‌شود. به طور خاص، **FDI** پس از کنترل درآمد، توسعه سرمایه انسانی، حق بیمه بازار موازی برای ارز خارجی و مخارج دولت، تأثیر مثبتی بر رشد اقتصادی داشت. با این حال، نویسندگان گزارش کردند که بهره‌وری جریان‌های مالی به توسعه سرمایه انسانی کشور دریافت‌کننده بستگی دارد. یانیکایا[۲](۲۰۰۳) رابطه باز بودن تجارت و رشد اقتصادی را در کشورهای **OECD** و غیر **OECD** بررسی کرد. نویسنده از داده های سالانه ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۷ در ۱۰۰ کشور توسعه یافته و در حال توسعه استفاده کرده است.

---

[۱]- Borensztein et al. (۱۹۹۸)

[۲] -Yanikkaya (۲۰۰۳)

نتایج حاصل از رگرسیون بین کشوری نشان داد که تجارت از طریق مقیاس اقتصاد، انتقال فناوری و مزیت رقابتی برای کشورهای در حال توسعه سودمند است.

این نتایج مورد حمایت واسیزارگ و ولچ در سال ۲۰۰۸ [۱]است که گزارش کردند کشورهایی که برای تجارت با سایر کشورها باز می شوند رشد متوسط ۱.۵ درصدی بالاتر از قبل از آزادسازی را تجربه کردند. برعکس، دی ماتلس [۲](۲۰۰۴) گزارش داد که واردات و حواله باعث رشد اقتصادی در کوتاه مدت می شود. این مطالعه یک رابطه علیت دو طرفه را بین واردات، صادرات و تولید ناخالص داخلی ایجاد کرد.

از دیدگاه جهانی، لامسیراروج و اولوباسقلو[۳] در سال ۲۰۱۵ تأثیر سرمایه گذاری مستقیم خارجی بر رشد اقتصادی را با استفاده از ۱۴۰ کشور از سال ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۷ بررسی کردند. نویسنده نشان داد که سرمایه گذاری مستقیم خارجی به طور قابل توجهی بر رشد اقتصادی تأثیر می گذارد، اما در کشورهای در حال توسعه بارزتر است. ساکی و اگیر[۴](۲۰۱۷) از سیستم **GMM** برای بررسی تأثیر تجارت (اندازه گیری شده با صادرات) و **FDI** بر رشد اقتصادی ۴۵ کشور آفریقایی از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۴ استفاده کردند. نویسندگان یک رابطه مثبت بین تجارت و رشد اقتصادی گزارش کردند. تعامل تجارت و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی نیز با رشد اقتصادی که از فرضیه باگواتی حمایت می‌کند، رابطه مثبت معناداری داشت. گوزگور و کان (۲۰۱۷)[۵] رابطه علی بین جهانی شدن اقتصادی، تنوع صادرات و رشد اقتصادی را برای ۱۶۹ کشور از سال ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۰ بررسی کردند و یک علیت دو طرفه بین جهانی شدن اقتصادی و رشد اقتصادی را گزارش کردند. علاوه بر این، نویسندگان یک پیوند علّی یک طرفه از تنوع صادرات به رشد را

---

[۱] -Wacziarg & Welch (۲۰۰۸)

[۲]- De Matteis (۲۰۰۴)

[۳] -Iamsiraroj & Ulubas¸oglu (۲۰۱۵)

[۴] -Sakyi & Egyir (۲۰۱۷)

[۵]- Gözgör & Can (۲۰۱۷)

گزارش کردند. به طور مشابه، هوچت-بوردن [۱]و همکاران. (۲۰۱۸) نشان داد که تجارت با استفاده از داده های تابلویی از ۱۶۹ کشور باعث رشد می شود. گیس و همکاران[۲] (۲۰۱۹) با استفاده از سیستم دو مرحله ای **GMM** بررسی کرد که چگونه جهانی شدن مالی و بی ثباتی بر رشد ۷۲ کشور در حال توسعه از سال ۱۹۷۲ تا ۲۰۱۱ تأثیر می گذارد. نتایج نشان داد که جهانی شدن مالی باعث رشد اقتصادی می شود. اولوکاک[۳] (۲۰۱۹) اثرات شاخص‌های جهانی‌سازی **KOF**جهانی‌سازی اقتصادی، سیاسی و اجتماعی را بر روی اقتصاد در اقتصادهای نوظهور از سال ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۴ بررسی کرد. نتایج نشان داد که جهانی‌سازی اقتصادی و اجتماعی باعث ارتقاء رشد می‌شود در حالی که جهانی‌سازی سیاسی بر رشد تأثیر منفی داشت.

آکادیری[۴] و همکاران (۲۰۲۰) رابطه علی بین تجارت، سرمایه گذاری مستقیم خارجی و رشد اقتصادی را برای ۲۵ کشور آفریقایی برای دوره ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۸ مورد بررسی قرار داد. نویسندگان یک علیت دوسویه بین تجارت، سرمایه گذاری مستقیم خارجی و رشد اقتصادی را گزارش کردند. مانو و همکاران (۲۰۲۰)[۵] پیوند توسعه مالی - رشد را از سال ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۷ برای ۳۳ کشور آفریقایی بررسی کرد. این مطالعه همچنین ارتباط علی بین تجارت، سرمایه گذاری مستقیم خارجی و رشد اقتصادی را بررسی کرد. نتایج نشان داد که سرمایه گذاری مستقیم خارجی و تجارت باعث رشد اقتصادی نسبت به نمونه در نظر گرفته شده است. کولیبالی[۶] (۲۰۲۳) از تکنیک گروه میانگین تلفیقی برای بررسی تأثیر تجارت بر رشد اقتصادی ۴۴ کشور آفریقایی طی دوره ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۷ استفاده کرد. مشخص شد که تجارت باعث افزایش رشد می شود که از ادعای بایدو و همکاران[۷] (۲۰۲۳) حمایت می کند. جهانی شدن اقتصادی (که تجارت

---

[۱] -Huchet-Bourdon

[۲] -Gaies et al. (۲۰۱۹)

[۳]- Ulucak (۲۰۱۹)

[۴]-Akadiri et al. (۲۰۲۰)

[۵] -Manu et al. (۲۰۲۰)

[۶] -Coulibaly (۲۰۲۳)

[۷] -Baidoo et al. (۲۰۲۳)

تجارت را در بر می گیرد) برای رشد خوب است. برعکس، چیبالامولا و همکاران[۱] (۲۰۲۳) نشان دادند که تجارت برای رشد اقتصادی در پانل پنج کشور آفریقایی مضر است. علاوه بر این، نتایج حاصل از برآورد اثرات ثابت تصادفی نشان داد که سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی برای رشد در این کشورها خوب است. همچنین مطالعات خاص کشور در مورد سایر کشورهای در حال توسعه انجام شده است(**Olubiyi, ۲۰۱۴; Adesoye et al., ۲۰۱۵; Polat et al.,** ۲۰۱۵**; Joshua et al., ۲۰۲۰; Owusu, ۲۰۲۱; Heimberger, ۲۰۲۲**). به عنوان مثال، اولوبی (۲۰۱۴) گزارش داد که واردات و حواله باعث رشد اقتصادی در کوتاه مدت می شود. این مطالعه یک رابطه علیت دو طرفه را بین واردات، صادرات و تولید ناخالص داخلی ایجاد کرد. آدسویه و همکاران (۲۰۱۵) همچنین نشان داد که رابطه مثبتی بین سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، باز بودن تجارت و رشد اقتصادی نیجریه وجود دارد.

پولات و همکاران (۲۰۱۵) مستند کرد که باز بودن تجارت بر رشد اقتصادی آفریقای جنوبی تأثیر منفی گذاشته است. جاشوا و همکاران (۲۰۲۰) نشان داد که رابطه مثبتی بین جهانی شدن تجارت و جهانی شدن اقتصادی برای نیجریه در بلندمدت وجود دارد. اوآسو (۲۰۲۱)همچنین گزارش داد که یک علیت دو جهته بین **FDI** و رشد و یک رابطه علی یک طرفه که از تجارت تا رشد اقتصادی را شامل می شود وجود دارد. هایمبرگر (۲۰۲۲) همچنین گزارش داد که جهانی شدن باعث رشد می شود. ساکی و همکاران.۲ (۲۰۱۵) رابطه پویا بین سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، تجارت و رشد اقتصادی را با استفاده از داده‌های سال‌های ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۱ بررسی کردند. نتایج مدل **ARDL** نشان داد که تعامل سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و صادرات باعث رشد اقتصادی می‌شود. میرکو و همکاران[۳] (۲۰۱۷) از مدل **ARDL** برای بررسی باز بودن تجارت و رشد اقتصادی برای دوره ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۴ استفاده کرد. نتایج نشان داد که رابطه مثبتی

---

[۱]- Chibalamula et al. (۲۰۲۳)

[۲]- Sakyi et al. (۲۰۱۵)

[۳] -Mireku et al. (۲۰۱۷)

بین باز بودن تجارت و رشد اقتصادی وجود دارد که با مطالعه ینو(۱۲۰۱۸) مطابقت دارد. کولو[۲] و همکاران (۲۰۲۱) تأثیر **FDI** را بر رشد اقتصادی از دوره ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۹ بررسی کرد. نتایج مدل **ARDL** نشان داد که **FDI** باعث رشد نمی شود. با این حال، نتایج در تعامل با موسسه معنادار و مثبت شد. به طور مشابه، دودو[۳] و باریدو (۲۰۲۲)[۴] تأثیر جریان سرمایه بر رشد اقتصادی را بررسی کردند و مؤسسات را برای دوره ۱۹۸۴ تا ۲۰۱۸ کنترل کردند. نتایج حاصل از **ARDL** نشان داد که وجوه ارسالی باعث رشد اقتصادی می شود در حالی که بدهی خارجی و **FDI** به رشد آسیب می‌زند.

در مقاله‌ای با عنوان «برآورد تأثیر جهانی‌شدن اقتصادی بر رشد اقتصادی غنا: تحلیل همبستگی موجی و **«ARDL** که توسط بایدو[۵] و همکاران (۲۰۲۳) منتشر شده، اهمیت جهانی‌شدن اقتصادی در شکل‌دهی به مسیر رشد اقتصادی غنا بررسی شده است. این تحقیق به تحلیل تأثیرات کوتاه‌مدت و بلندمدت جهانی‌شدن اقتصادی بر رشد اقتصادی غنا می‌پردازد و به کارگیری مدل توزیع خودکار تاخیر **(ARDL)** را به عنوان روش اصلی تحلیل انتخاب کرده است**.** نتایج مدل **ARDL**نشان می‌دهند که جهانی‌شدن اقتصادی به‌طور مثبتی بر رشد اقتصادی تأثیر نمی‌گذارد. به‌طور خاص، یک افزایش ٪۱ در جهانی‌شدن اقتصادی به کاهش ٪۱.۸۰ و ٪۳.۹۰ در رشد اقتصادی در دوره‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت به ترتیب منجر می‌شود. همچنین، عوامل کلیدی مؤثر بر رشد اقتصادی شامل سرمایه، هزینه‌های دولتی و نیروی کار شناسایی شده‌اند. آزمون هم‌علتی موجی نیز نشان‌دهنده هم‌علتی یک‌طرفه از رشد اقتصادی به جهانی‌شدن اقتصادی است.بر اساس این یافته‌ها، پیشنهاداتی برای سیاست‌گذاران ارائه شده است تا به منظور افزایش رشد اقتصادی غنا در نظر گرفته شود**.**

---

[۱]- Yennu (۲۰۱۸)

[۲] -Kulu et al. (۲۰۲۱)

[۳]- Duodu

[۴]- Baidoo

[۵] -Baidoo

الفکی[۱] و احمد (۲۰۲۴) در مقاله‌ای تحت عنوان «نقش جهانی‌شدن و توسعه مالی در رشد اقتصادی سودان» به بررسی تأثیر جهانی‌شدن و توسعه مالی بر رشد اقتصادی در سودان پرداخته‌اند. این تحقیق با استفاده از داده‌های سال‌های ۱۹۷۸ تا ۲۰۲۱ و به کارگیری مدل **ARDL**انجام شده است. نتایج نشان می‌دهند که جهانی‌شدن و سرمایه‌گذاری در سودان تأثیرات مثبت و مفیدی بر رشد اقتصادی در بلندمدت دارند. به‌طوری‌که افزایش یک درصدی در شاخص جهانی‌شدن سودان می‌تواند منجر به افزایش ۱.۵۰۴۰۸ درصدی در رشد اقتصادی شود.همچنین، این مطالعه به تأثیر مثبت هزینه‌های دولتی به‌عنوان یک متغیر کنترل بر رشد اقتصادی اشاره می‌کند، در حالی که توسعه مالی تأثیر منفی بر رشد اقتصادی در سودان دارد. نکته مهم این است که نرخ رشد بهره‌وری متوسط در این کشور منفی است، که نشان‌دهنده چالش‌های موجود در بهره‌وری، علیرغم تأثیرات مثبت جهانی‌شدن و توسعه مالی است. این یافته‌ها نشان می‌دهند که جهانی‌شدن و سرمایه به‌طور کلی به اقتصاد سودان کمک کرده‌اند و بنابراین، انباشت سرمایه به افزایش سرمایه‌گذاری و تسهیل دسترسی به بازارهای جهانی منجر می‌شود. در نهایت، این پژوهش به اهمیت تنظیم سیاست‌های هزینه‌ای به‌منظور حمایت از بخش‌های تولیدی و تشویق تولید داخلی تأکید می‌کند و پیشنهاداتی را برای تقویت نظام مالی و بهبود کیفیت نهادها ارائه می‌دهد (الفکی و احمد، ۲۰۲۴).

کومار[۲] (۲۰۲۴) در مقاله‌ای با عنوان «منابع طبیعی و رشد اقتصادی: بررسی نقش جهانی‌شدن، توسعه مالی و دیجیتالی شدن در هند» به بررسی تأثیر منابع طبیعی بر رشد اقتصادی در هند پرداخته است. این مطالعه با استفاده از تکنیک‌های **ARDL** و آزمون علیت گرنجر، به بررسی نقش جهانی‌شدن و توسعه مالی در عملکرد اقتصادی این کشور از سال ۱۹۷۰ تا ۲۰۲۰ پرداخته است. نتایج این تحقیق از فرضیه «نفرین منابع» در هند حمایت می‌کند و نشان می‌دهد که منابع طبیعی و دیجیتالی شدن تأثیر منفی بر رشد اقتصادی دارند، در حالی که جهانی‌شدن و توسعه

---

[۱]- Elfaki

[۲]- Kumar

مالی به‌طور قابل توجهی به افزایش رشد اقتصادی کمک می‌کنند. این مطالعه همچنین به وجود یک رابطه علی دوطرفه بین رشد اقتصادی و دیجیتالی شدن اشاره می‌کند و رابطه‌ای یک‌طرفه از توسعه مالی و جهانی‌شدن به رشد اقتصادی را شناسایی می‌کند. نتایج به‌دست‌آمده در این تحقیق به‌ویژه برای سیاست‌گذاران دارای اهمیت است و بر لزوم تسهیل توسعه مالی، ادغام فناوری دیجیتال در بخش‌های اصلی اقتصاد و استفاده مؤثر و مدیریت منابع طبیعی به‌منظور دستیابی به رشد پایدار تأکید می‌کند (کومار، ۲۰۲۴).

رادوویچ[۱] و کوستیچ (۲۰۲۴) در مقاله‌ای تحت عنوان «جهانی‌شدن و رشد اقتصادی در کشورهای بالکان غربی» به بررسی تأثیرات بلندمدت و کوتاه‌مدت جهانی‌شدن اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بر رشد اقتصادی در کشورهای بالکان غربی پرداخته‌اند. این کشورها در حال گذار از یک اقتصاد برنامه‌ریزی‌شده به یک اقتصاد بازار هستند. داده‌های سالانه از ۱۹۹۸ تا ۲۰۲۰ با استفاده از رویکرد مدل خودرگرسیو توزیع‌شده با تأخیر **(ARDL)** تحلیل شده است. نتایج این مطالعه نشان داد که بُعد اقتصادی و سیاسی جهانی‌شدن تأثیر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی در کوتاه‌مدت دارد، در حالی که جهانی‌شدن اجتماعی تأثیر معناداری ندارد. در بلندمدت، تأثیر منفی جهانی‌شدن سیاسی و تأثیر مثبت جهانی‌شدن اجتماعی بر رشد اقتصادی مشاهده شد، در حالی که تأثیر جهانی‌شدن اقتصادی معنادار نبود. این تفاوت در تأثیرات جهانی‌شدن اقتصادی به وجود "تله درآمد میانه" در مسیر توسعه کشورهای با درآمد میانه مرتبط است. برای دستیابی به تأثیرات بلندمدت جهانی‌شدن اقتصادی بر رشد اقتصادی بالکان غربی، دولت‌های این کشورها و سیاستگذاران اقتصادی باید به ترویج تجارت بین‌الملل و جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بپردازند. همچنین، ساختار نهادی بهتری برای تشویق ورود سرمایه‌گذاری‌های خارجی (به ویژه سرمایه‌گذاری‌های جدید) و تسهیل راه‌اندازی کسب‌وکارها ضروری است. همکاری بین کشورهای این منطقه نیز می‌تواند در بهبود مدیریت تأثیرات جهانی‌شدن مؤثر باشد (رادوویچ و کوستیچ، ۲۰۲۴).

---

[۱] -Radulović

وانگ[۱] و سبت‌علی (۲۰۲۴) در مقاله‌ای تحت عنوان «جهانی‌شدن مالی و رشد اقتصادی در میان ریسک‌های ژئوپلیتیکی: مطالعه‌ای در منطقه فدرال دور شرق چین-روسیه» به بررسی ارتباط میان ژئوپلیتیک، کارایی منابع طبیعی و جهانی‌شدن مالی در دستیابی به رشد اقتصادی پایدار پرداخته‌اند. این مطالعه بر اساس داده‌های بین سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۲۲ با استفاده از روش‌های اقتصادسنجی مدرن مانند هم‌انباشتی کانونی، **CS-FGLS**و **GMM** صورت گرفته است**.** نتایج نشان می‌دهد که کارایی منابع طبیعی، جهانی‌شدن مالی برای دستیابی به خنثی‌سازی **CO۲** در بلندمدت ضروری هستند. نتایج همچنین نشان می‌دهند که هر یک از این پارامترها تأثیر قابل توجهی بر خنثی‌سازی **CO۲** دارند. بنابراین، قوانین منحنی کازنتس اکولوژیکی بر **landscape**اقتصادی حاکم است و دستیابی به خنثی‌سازی **CO۲** به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای با ژئوپ**olitics**، استفاده کارآمد از منابع طبیعی، جهانی‌شدن مالی و رشد اقتصادی تسهیل می‌شود. از این رو، پژوهش به تغییرات سیاستی گسترده و انقلابی در زمینه‌های مختلفی نظیر ادغام اقتصادی برای کاهش ریسک‌های ژئوپلیتیکی، مدیریت مؤثر منابع طبیعی، سیستم‌های مالی کارآمد و فناوری‌های پایدار نیاز دارد (وانگ و سبت‌علی، ۲۰۲۴)**.**

۳- روش شناسی پژوهش

جهت تجزیه تحلیل داده‌ها از روش موجک استفاده می‌شود. که طی سال‌های ۲۰۲۱-۱۹۹۷ اندازه‌گیری می شود. تبدیل موجک ابزاری بسیار کارآ برای مواجهه با سری‌های زمانی (سیگنال‌ها) است که خواص نامانایی دارند .ضرایب استخراج شده از موجک‌ها قسمتی از سری زمانی را در مقیاس‌های متفاوت نشان می‌دهد. یک تابع تبدیل پیوسته به صورت حاصل ضرب دو جمله نمایش داده می‌شود(میلووانویچ[۲]،۲۰۲۳):

---

[۱] Wang

[۲] Milovanović

$$\boldsymbol{\mathcal{W}_X(u,s) = \int_{-\infty}^{+\infty} X(t)\Psi^*_{u,s}(t)\,dt}$$

(۱)

که در آن $\boldsymbol{\mathcal{W}_X(u,s)}$ ضرایب حاصل از بکارگیری تابع موجک پیوسته برای سری زمانی پیوسته است و تابعی از متغیرهای انتقال($\boldsymbol{u}$) و مقیاس ($\boldsymbol{s}$) می‌باشد؛ $\boldsymbol{X(t)}$ سری زمانی مورد نظر را نشان می‌دهد و $\boldsymbol{\Psi_{u,s}(t)}$ تابع موجک پایه‌ای پیوسته است که در حالت کلی به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$\boldsymbol{\Psi_{u,s}(t) = \frac{1}{\sqrt{s}}\Psi\left(\frac{t-u}{s}\right)}$$

(۲)

همدوسی موجک

در تحلیل پویا بین دو متغیر توجه به همدوسی موجک و اختلاف فاز مهم و ضروری است. همدوسی موجک به عنوان خودهمبستگی در فضای بسامدی سری زمانی تعریف می‌شود. همدوسی موجک که بر پایه طیف بین موجک و طیف‌های موجک خودکار محاسبه می‌گردد به صورت زیر نشان داده می‌شود(لیو[۱]،۲۰۲۳):

$$\boldsymbol{R^2\left(u,s\right) = \frac{\left|S(S^{-1}\mathcal{W}_{x,y}(u,s))\right|^2}{(S(S^{-1}\left|\mathcal{W}_x(u,s)\right|^2))(S(S^{-1}\left|\mathcal{W}_y(u,s)\right|^2))}}$$

(۳)

$\boldsymbol{\mathcal{W}_{x,y}\left(u,s\right) =}$ موجک انتقال متقاطع است که به صورت $\boldsymbol{\mathcal{W}_{x,y}(u,s)}$ $\boldsymbol{\mathcal{W}_x\left(u,s\right).\widetilde{\mathcal{W}}_y(u,s)}$ تعریف می‌شود؛ $\boldsymbol{\mathcal{W}_x}$ و $\boldsymbol{\mathcal{W}_y}$ توابع انتقال موجک هستند که از داده‌های سری زمانی‌های $\boldsymbol{X}$ و $\boldsymbol{y}$ استخراج می‌گردند؛ $\boldsymbol{S}$ نیز عملگر هموارساز است که به صورت ترکیبی از دو هموارساز زمان و هموارساز فرکانس حاصل شده است(سینگ[۲]،۲۰۲۴). از آنجا که همدوسی بین دو متغیر برحسب توان دوم نشان داده می‌شود، نمی‌توان در رابطه با مثبت

---

[۱]- Liu

[۲] -Singh

یا منفی بودن آن اظهار نظر کرد. لذا از ابزار اختلاف فاز برای تشخیص این موضوع استفاده می‌شود که با استفاده از آن ارتباط مثبت و منفی و همچنین پس‌رو یا پیش‌رو بودن متغیرها تبیین می‌گردد. اختلاف فاز بین دو متغیر به صورت (۴) نشان داده می‌شود:

$$\Phi_{x,y(u,S)} = tan^{-1}\left(\frac{\Im\{S\left(S^{-1}W_{x,y}(u,s)\right)\}}{\Re\{\left(S\left(S^{-1}\left|W_x(u,s)\right|^2\right)\right)\}}\right) \quad (۴)$$

که در آن $\Im$ و $\Re$ به ترتیب بخش‌های موهومی و واقعی انتقال بین موجکی را نشان می‌دهند. نتایج حاصل از اختلاف فاز و همدوسی به صورت بردارهایی در نمودار همبستگی موجک نشان داده می‌شوند(**Grinsted,۲۰۰۴**).

در انتخاب روش تحقیق، از تبدیل موجک و همدوسی موجک به عنوان ابزارهای مناسب برای تحلیل داده‌های سری زمانی نامانا استفاده شده است. روش تبدیل موجک به دلیل توانایی آن در تجزیه و تحلیل سیگنال‌ها در مقیاس‌های مختلف، به ویژه در زمینه داده‌هایی که نوسانات و تغییرات غیرخطی دارند، بسیار کارآمد است **(Meyer, ۱۹۹۳; Daubechies, ۱۹۹۲).** این روش به ما امکان می‌دهد تا اطلاعات عمیق‌تری از رفتار دینامیکی سری زمانی استخراج کنیم و درک بهتری از تعاملات بین متغیرها داشته باشیم.

همچنین، همدوسی موجک به ما کمک می‌کند تا ارتباطات و وابستگی‌های زمانی میان متغیرها را شناسایی کنیم. این ابزار به‌خصوص در شرایطی که متغیرها ممکن است تأخیر داشته باشند یا رابطه‌ای غیرخطی داشته باشند، کارآمد است **(Grinsted et al., ۲۰۰۴).** به طور خاص، این روش در مقایسه با روش‌های سنتی مانند مدل‌های **ARIMA** و مدل‌های رگرسیون خطی، قابلیت‌های بیشتری در شناسایی نوسانات و نقاط چرخش در داده‌ها ارائه می‌دهد **(Addison, ۲۰۰۲).**

در این تحقیق، با توجه به ویژگی‌های خاص داده‌های مورد بررسی، استفاده از روش موجک به‌عنوان یک تکنیک تحلیلی نوآورانه و دقیق برای شناخت بهتر تعاملات و الگوهای موجود در داده‌ها انتخاب شده است. این انتخاب به ما این امکان را می‌دهد که به بررسی عمیق‌تری از

روابط دینامیکی بین متغیرها بپردازیم و تحلیل‌های مبتنی بر زمان و مقیاس را انجام دهیم، که می‌تواند به درک بهتری از موضوع تحقیق کمک کند.

٤- نتایج

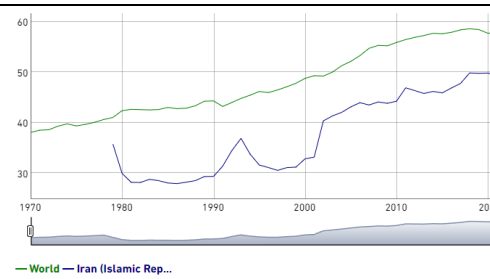
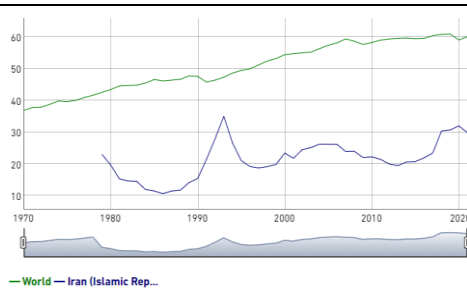
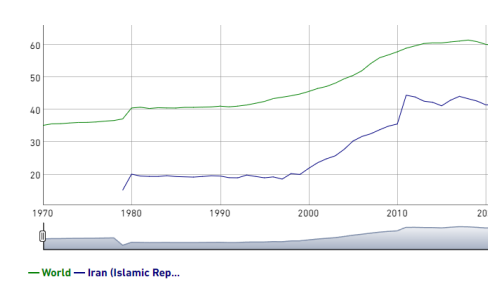
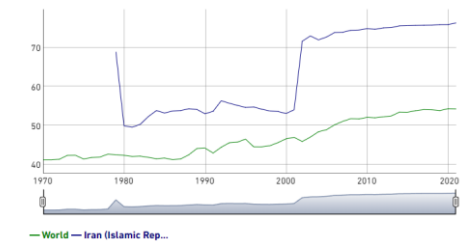
در این تحقیق کشور ایران، در بازه زمانی ۲۰۲۱-۱۹۷۹ مورد بررسی قرار گرفته است که آمار توصیفی آن بدین صورت است:

جدول (۱) - توصیف داده ها از نظر آماری

متغیر	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	پراکندگی
جهانی شدن	۳۷/۶۰۴	۳۶	۵۰	۲۸	۷/۹۶۱
رشد اقتصادی	۲/۰۶۳	۲/۴۰۱	۲۳/۱۷۱	-۲۱/۵۹۹	۷/۳۶۸
جهانی شدن اقتصادی	۲۱/۳۲۵	۲۱	۳۵	۱۱	۵/۹۱۰
جهانی شدن اجتماعی	۲۷/۸۶۰	۲۲	۴۴	۱۵	۱۰/۱۲۹
جهانی شدن سیاسی	۶۲/۱۳۹	۶۶	۸۰	۳۵	۱۵/۶۱۲

منبع: دستاورد پژوهش

جدول (۲)- مقایسه انواع شاخص جهانی سازی kof در جهان و ایران

مقایسه شاخص جهانی سازی	شاخص جهانی سازی اقتصادی
	
شاخص جهانی سازی اجتماعی	**جهانی سازی سیاسی**
	

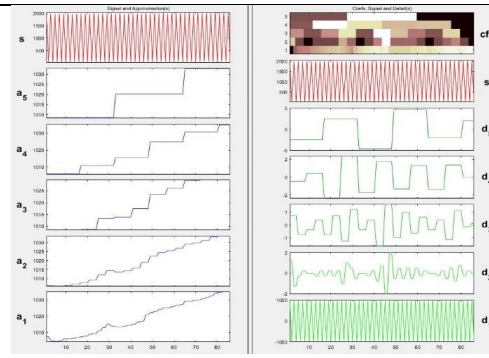
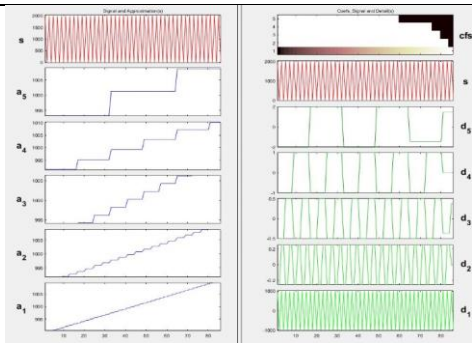
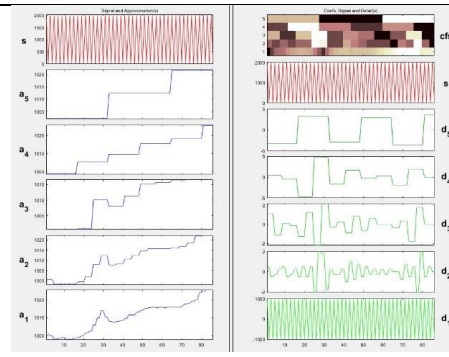
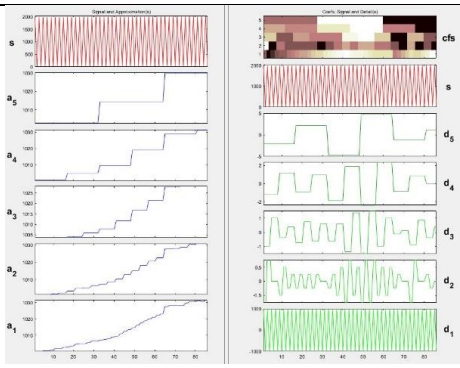
منبع: دستاورد پژوهش

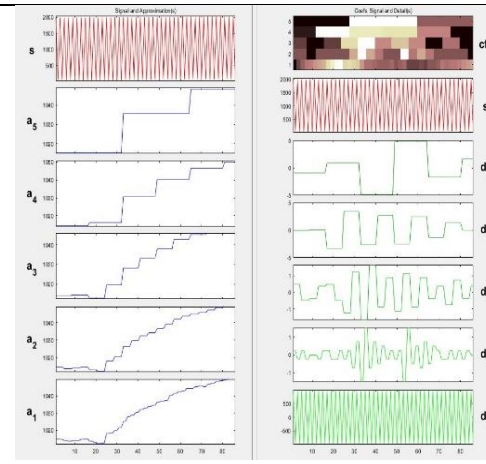
همان طور که مشاهده می شود در تمام شاخص ها روند جهانی شدن همراه با افت و خیزهایی که داشته دارای شکاف است و این بخش نشان دهنده شکاف ایران در زمینه جهانی شدن از دنیا است.

۵- بحث

در ابتدا سیگنال‌های تجزیه در ۵ سطح تجزیه برای جهانی شدن اقتصاد و رشد اقتصادی نشان داده می‌شود. در این بخش نحوه عملکرد ضرایب جزییات و ضرایب تقریب موجک به عنوان بانک فیلتری ایجاد شده است.

جدول (۳)- نتایج نحوه عملکرد تبدیل موجک به عنوان بانک فیلتری

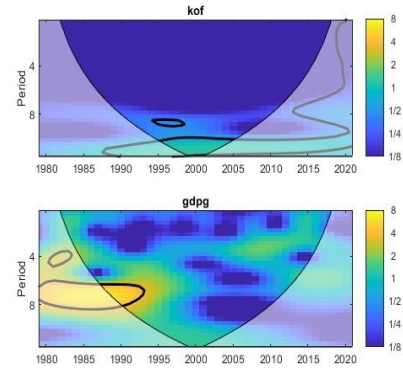
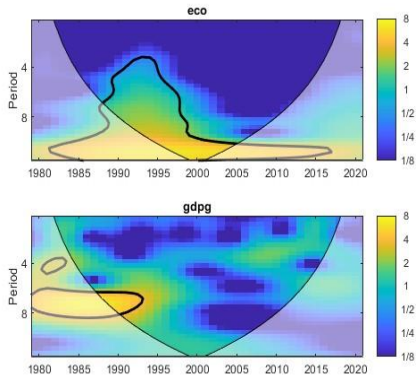
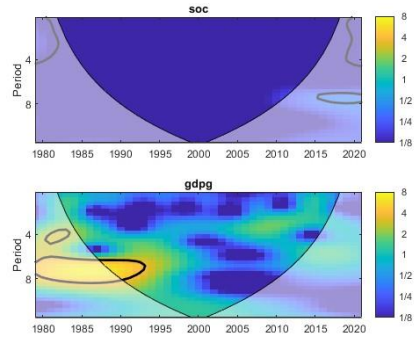
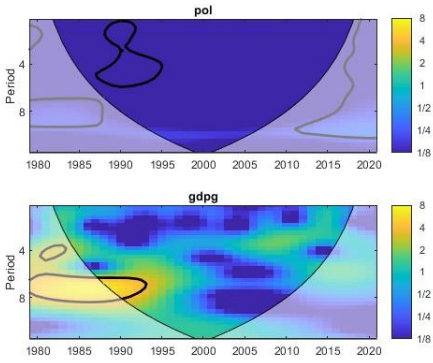
بانک فیلتری جهانی شدن	بانک فیلتری رشد اقتصادی
	
بانک فیلتری جهانی شدن اقتصادی	بانک فیلتری جهانی شدن اجتماعی
	

بانک فیلتری جهانی شدن سیاسی	
	

منبع: دستاورد پژوهش

حال انرژی سری‌های زمانی رشد اقتصادی، جهانی شدن کلی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی با استفاده از تبدیل موجک محاسبه و نگاره آن نمایش داده می‌شود.

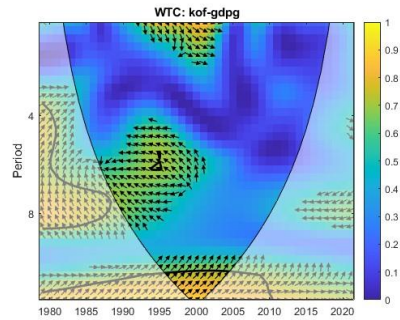
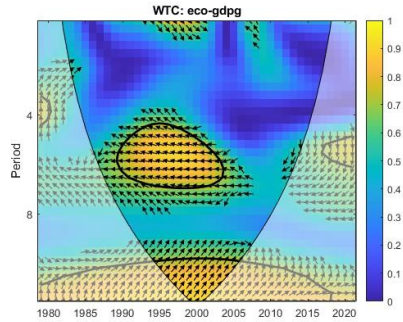
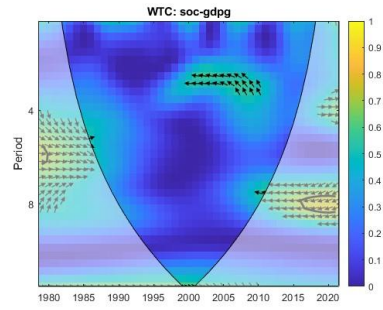
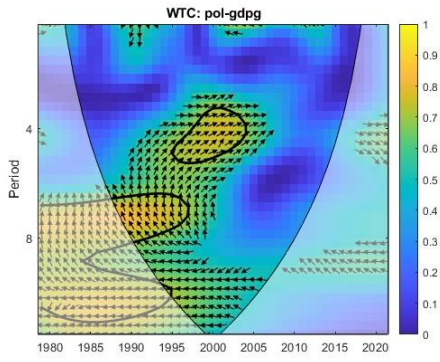
جدول (٤)- توان طیف موجک

رشد اقتصادی و جهانی شدن	رشد اقتصادی و جهانی شدن اقتصادی
	
رشد اقتصادی و جهانی شدن اجتماعی	رشد اقتصادی و جهانی شدن سیاسی
	

همبستگی موجکی اگر چه همبستگی را در مقیاسهای زمانی مختلف نشان می‌دهد اما از پاسخ به این پرسش که کدام متغیر علت ایجاد تغییر در متغیر دیگری بوده است را نشان نمی‌دهد. این پاسخ توسط نمودارهای همدوسی و جهت‌های اختلاف فازی موجود در این نمودارها داده

می‌شود. در این بخش نتایج تخمین‌های موجک کـه ارتبـاط بـیـن شکاف را نشان می‌دهد، نتیجه می‌شود.

جدول(۵)- نمودار همدوسی بین شکاف

رشد اقتصادی و جهانی شدن	رشد اقتصادی و جهانی شدن اقتصادی
	
رشد اقتصادی و جهانی شدن اجتماعی	رشد اقتصادی و جهانی شدن سیاسی
	

از طریق فرایند تجزیه و تحلیل نتایج به دست آمده از بررسی یافته های سریهای زمانی شاخص

جهانی شدن و رشد اقتصادی مشخص می‌شود که، ابتدائاً ، یک وابستگی نسبتاً بالایی در فرکانسهای بالا در طول میانی دوره مورد بررسی بین این دو شاخص وجود دارد و دو شاخص هم فاز (همجهت) هستند و رشد اقتصادی علت افزایش جهانی شدن است و رشد اقتصادی شاخص پیشرو است همچنین در میان مدت تا سال ۲۰۰۰ رشد اقتصادی تاثیر غیر هم فازی برای جهانی شدن داشته است و با کاهش فرکانس(افزایش طول دوره سرمایه گذاری) به شدت میزان وابستگی بین این دو شاخص افزوده شده است و جهانی شدن به عنوان شاخص پیشرو باعث افزایش رشد اقتصادی کشور ایران شده است.پس در کوتاه مدت اثر متقدم بودن رشد اقتصادی و در بلند مدت اثر متقدم بودن جهانی سازی مشخص است. در این خصوص در رابطه با فرضیه اول می توان گفت جهانی شدن و رشد اقتصادی در دوره های متفاوت اثرات متفاوت دارند. فرضیه دوم مورد تایید قرار می گیردو فرضیه چهارم رد می شود و در رابطه با فرضیه چهارم می توان عنوان کرد در دوره های متفاوت این تاثیر فرق می کند. همچنین برای درک بهتر موضوع ۳ زیر شاخص جهانی شدن یعنی جهانی شدن از منظر اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مورد بررسی قرار گرفتند که تفسیرآن به صورت زیر ارائه شده است.

از طریق فرایند تجزیه و تحلیل نتایج به دست آمده از بررسی یافته های سریهای زمانی شاخص جهانی شدن اقتصادی و رشد اقتصادی مشخص می‌شود که، ابتدائاً ، یک وابستگی نسبتاً بالایی در فرکانسهای بالا در طول میانی دوره مورد بررسی بین این دو شاخص وجود دارد و دو شاخص هم فاز (همجهت) هستند و رشد اقتصادی علت افزایش جهانی شدن اقتصادی است همچنین در میان مدت تا سال ۲۰۰۳ رشد اقتصادی تاثیر غیر هم فازی برای جهانی شدن اقتصادی داشته است و با کاهش فرکانس(افزایش طول دوره سرمایه گذاری) به شدت میزان وابستگی بین این دو شاخص افزوده شده است و جهانی شدن اقتصادی به عنوان شاخص پیشرو باعث افزایش رشد اقتصادی کشور ایران شده است. از طریق فرایند تجزیه و تحلیل نتایج به دست آمده از بررسی یافته های سریهای زمانی شاخص جهانی شدن اجتماعی و رشد اقتصادی مشخص می‌شود که علیت خاصی بجز در اواخر دوره کوتاه مدت بین شاخص جهانی شدن اجتماعی و رشد اقتصادی وجود ندارد که آن هم غیر هم فاز است و در بیشتر دوره ها شدت همدوسی پایین است. که نشان دهنده وابستگی ضعیف بین دو شاخص است .

از طریق فرایند تجزیه و تحلیل نتایج به دست آمده از بررسی یافته های سریهای زمانی شاخص

جهانی شدن سیاسی و رشد اقتصادی مشخص می‌شود که، ابتدائاً ، یک وابستگی ضعیف بین دو شاخص برقرار است همچنین در میان مدت این وابستگی تقویت می شود و نشان دهنده یک رابطه هم فاز است که جهانی شدن سیاسی بر رشد اقتصادی ایران اثر می گذارد و با کاهش فرکانس(افزایش طول دوره سرمایه گذاری) میزان وابستگی کمتر خواهد بود و جهانی شدن سیاسی و رشد اقتصادی دارای تاثیرات غیر هم فاز هستند..

قابل ذکر است به دلیل نوسانات لحظه‌ای موجک در تبدیل سری زمانی، مقادیر تصادفی، جایگزین مقادیر حقیقی حاصل از تبدیل می‌شوند. این مسأله باعث به وجود آمدن اثر لبه می. شود یعنی با افزایش مقیاس، تبدیل سری زمانی افزایش می‌یابد و مناطقی از طیف که در آن اثر لبه به حداکثر میرسد، کانون اثر نامیده می‌شوند بنابراین نتایج به دست آمده از تحلیل در دامنه زمان – فرکانس مبدل موجک در نواحی لبه غیرقابل اطمینان هستند و در تفسیر آنها باید دقت کافی شود در نمودارهای همدوسی موجک، فضای قابل تفسیر توسط خط سیاه کمرنگ به شکل یک مخروط نشان داده می. شوند علاوه براین مناطقی از این فضای مخروطی شکل قابل تفسیر هستند که توسط خطوط مشکی پررنگ احاطه شده باشند این مناطق در فاصله اطمینان ۹۵ معنی دار می‌باشند. بنابراین، متغیرهای واردشده از اعتبار لازم برخوردار می‌باشند.

٦- نتیجه گیری

جهانی شدن فرآیندی پیچیده و چندوجهی است که فراتر از مرزهای ملی گسترش می‌یابد و ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی را به هم متصل می‌کند و وابستگی متقابل بین کشورها را افزایش می‌دهد. در این پژوهش، ابعاد مختلف جهانی شدن و تأثیر آن بر رشد اقتصادی ایران با استفاده از شاخص جهانی شدن **KOF** به‌روز شده (۲۰۱۸) مورد بررسی قرار گرفت. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که رابطه‌ای پیچیده و پویا بین جهانی شدن و رشد اقتصادی در طول زمان وجود دارد که تأثیرات متقابل این دو شاخص را روشن می‌سازد.

تحلیل‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت :یافته‌ها حاکی از آن است که در **کوتاه‌مدت**، رشد اقتصادی به‌عنوان عاملی پیش‌برنده عمل کرده و تأثیر قابل‌توجهی بر افزایش جهانی شدن دارد. این موضوع به این دلیل است که رشد اقتصادی، فرصت‌ها و منابع مالی لازم برای گسترش روابط

با بازارهای جهانی، جذب سرمایه‌گذاری خارجی و بهره‌برداری از فناوری‌های نوین را فراهم می‌آورد. در **بلندمدت**، این نقش تغییر می‌کند و جهانی شدن به‌عنوان محرکی برای رشد اقتصادی شناخته می‌شود که بهبود زیرساخت‌ها و افزایش بهره‌وری از طریق تعاملات بین‌المللی را ممکن می‌سازد.

بررسی زیرشاخص‌های جهانی شدن :تحلیل سه زیرشاخص جهانی شدن (اقتصادی، اجتماعی و سیاسی) نتایج جالبی را ارائه می‌دهد:

- **جهانی شدن اقتصادی :**نتایج نشان می‌دهند که این شاخص در بیشتر دوره‌ها هم‌فاز با رشد اقتصادی است و افزایش وابستگی بین این دو شاخص را نمایان می‌سازد. این امر نشان‌دهنده اهمیت تعاملات اقتصادی بین‌المللی، تجارت و سرمایه‌گذاری خارجی در رشد اقتصادی ایران است .
- **جهانی شدن اجتماعی :**این شاخص تنها وابستگی ضعیفی با رشد اقتصادی دارد و تأثیر غیر هم‌فازی آن در اواخر دوره کوتاه‌مدت نمایان می‌شود. این ممکن است به دلیل تمرکز کمتر بر مسائل اجتماعی در سیاست‌های اقتصادی باشد که نیازمند توجه بیشتری است .
- **جهانی شدن سیاسی :**در میان‌مدت، این شاخص هم‌فاز با رشد اقتصادی است و تأثیر مثبتی دارد، اما در بلندمدت وابستگی آن کاهش می‌یابد. این نتایج حاکی از اهمیت پایداری روابط سیاسی و تعاملات دیپلماتیک در تقویت رشد اقتصادی هستند، ولی نیاز به تقویت این روابط برای اثرگذاری بلندمدت احساس می‌شود.

توجه به نوسانات و اثرات لبه در تحلیل‌های موجک و تفسیر نتایج به‌دست‌آمده از اعتبار لازم برخوردار است. به‌طور کلی، این تحلیل نشان می‌دهد که جهانی شدن و رشد اقتصادی در دوره‌های مختلف اثرات متفاوتی دارند و این اثرات بسته به نوع زیرشاخص جهانی شدن متغیر است. برای بهره‌برداری کامل از مزایای جهانی شدن، سیاست‌گذاران باید به تفاوت‌های دوره‌ای و نقش کلیدی زیرشاخص‌های مختلف توجه کنند. این نتایج می‌توانند به طراحی استراتژی‌های مناسب برای تقویت رشد اقتصادی و ارتقای سطح جهانی شدن ایران کمک نمایند.

محدودیت کار را می توان سال های قبل از ۱۹۷۹ و بعد از ۲۰۲۱ دانست که اطلاعات آماری

وجود ندارد.

در بخش پیشنهادات، در رابطه با تأثیر جهانی شدن بر رشد اقتصادی ایران، می‌توان این موارد را به‌عنوان پیشنهادات مطرح کرد:

افزایش تجارت بین‌المللی و سرمایه‌گذاری خارجی: دولت می‌تواند با ایجاد شرایط ملایم‌تر برای تجارت و سرمایه‌گذاری بازارهای بین‌المللی، فرصت‌های جدیدی برای رشد اقتصادی ایجاد کند.

کاهش موانع واردات: با اصلاح و بهبود سیاست‌های تجاری و تسهیلات واردات، امکان دسترسی به مواد اولیه، تکنولوژی و سرمایه‌گذاری‌های خارجی را فراهم کرده و رشد اقتصادی را تشویق کند. بهبود سیاست‌های مالیاتی: تنظیم سیاست‌های مالیاتی به‌گونه‌ای که انگیزه برای سرمایه‌گذاری و کسب‌وکارهای بین‌المللی افزایش یابد و همچنین ایجاد انگیزه برای برخورداری از مزایای مالیاتی می‌تواند به رشد اقتصادی کمک کند. در عین حال، باید به دقت به تأثیرات منفی اجتماعی و سیاسی جهانی شدن توجه شود. بنابراین، دولت‌ها نیاز دارند تا سیاست‌های مناسبی را برای مدیریت و کاهش این تأثیرات منفی اتخاذ کنند، از جمله ایجاد برنامه‌های اجتماعی و سیاسی برای مدیریت این تغییرات. به علاوه، برای مطالعات آینده، می‌توان تأثیر جهانی شدن بر سایر متغیرهای کلان اقتصادی را با استفاده از جداسازی «دفاکتو» و «دژوره» برای شاخص‌های جهانی شدن **KOF** تحلیل کرد. این روش می‌تواند به دقت‌ترین تحلیل را ارائه دهد و به دولت‌ها کمک کند تا سیاست‌های بهینه‌تری را برای توسعه و پیشرفت اقتصادی اتخاذ کنند.

منابع

- Addison, P. S. (۲۰۰۲). **The Illustrated Wavelet Transform Handbook**. Institute of Physics Publishing.
- Adesoye, A. A., Ajike, Emmanuel, O., & Maku, O. E. (۲۰۱۵). **Economic Globalization and Economic Growth in the Developing Economies : a Case of Nigerian Economy**. III(۷), ۳٤۰–۳٥٥.
- Ahmed, Z., Zhang, B., & Cary, M. (۲۰۲۱). Linking economic globalization, economic growth, financial development, and ecological footprint: Evidence from symmetric and asymmetric ARDL. **Ecological Indicators**, ۱۲۱(September ۲۰۲۰), ۱۰۷۰٦۰. doi: ۱۰.۱۰۱٦/j.ecolind.۲۰۲۰.۱۰۷۰٦۰.
- Baidoo, S. T., Bedakiyiba Baajike, F., Kojo Ayesu, E., & Owusu Takyi, P. (۲۰۲۲). **Does export destination matter for the economic growth of Ghana? Estudios economicos**, ´ ۳۹ (۷۹), ۲۱–٤٦.
- Baidoo, S. T., Sakyi, D., Ayesu, E. K., Asante, G. N., & Dramani, J. B. (۲۰۲۳). Estimating the effect of economic globalization on welfare in Africa. **SN Business & Economics**, ۳ (۹), ۱٦۸.
- Baidoo, S. T., Tetteh, B., Boateng, E., & Ayibor, R. E. (۲۰۲۳). Estimating the impact of economic globalization on economic growth of Ghana: Wavelet coherence and ARDL analysis. **Research in Globalization**, ۷, ۱۰۰۱۸۳. https://doi.org/۱۰.۱۰۱٦/j.resglo.۲۰۲۳.۱۰۰۱۸۳
- Baldwin, R. (۱۹۸۹). Richard Baldwin. **National Bureau of Economic Research**, ۳۱٤۷, ٦۹–۹٤.
- Baldwin, R., Braconier, H., & Forslid, R. (۲۰۰٥). Multinationals, endogenous growth, and technological spillovers: Theory and evidence. **Review of International Economics**, ۱۳ (٥), ۹٤٥–۹٦۳. https://doi.org/۱۰.۱۱۱۱/j.۱٤٦۷-۹۳۹٦.۲۰۰٥.۰۰٥٤٦.x

- Bhagwan Singh, B, Jangid, K. Mukhopadhyay, S.(۲۰۲٤),Implementation of Legendre wavelet method for the size dependent bending analysis of nano beam resonator under nonlocal strain gradient theory,**Computers & Mathematics with Applications**,Volume ۱٥۳,۲۰۲٤,Pages ۹٤-۱۰۷,ISSN ۰۸۹۸-۱۲۲۱,https://doi.org/۱۰.۱۰۱٦/j.camwa.۲۰۲۳.۱۰.۰۳٦.
- Borensztein, E., De Gregorio, J., & Lee, J. W. (۱۹۹۸). How does foreign direct investment affect economic growth? , **Journal of International Economics**, ٤٥(۱), ۱۱٥–۱۳٥. https:// doi.org/۱۰.۱۰۱٦/S۰۰۲۲-۱۹۹٦(۹۷)۰۰۰۳۳-۰
- Chibalamula, H. C., Evans, Y., Kachelo, M., & Bamwesigye, D. (۲۰۲۳). The Effect of Foreign Direct Investment and Trade Openness on Economic Growth: Evidence from Five African Countries. **AGRIS On-Line Papers in Economics and Informatics**, ۱٥(۱), ۳٥–٤٦.
- Coulibaly, R. G. (۲۰۲۳). International trade and economic growth: The role of institutional factors and ethnic diversity in sub-Saharan Africa. **International Journal of Finance and Economics**, ۲۸(۱), ۳٥٥–۳۷۱. https://doi.org/۱۰.۱۰۰۲/ijfe.۲٤۲٤
- Daubechies, I. (۱۹۹۲). Ten Lectures on Wavelets. SIAM.
- De Matteis, A. (۲۰۰٤). International trade and economic growth in a global environment. **Journal of International Development**, ۱٦(٤), ٥۷٥–٥۸۸. https://doi.org/۱۰.۱۰۰۲/ jid.۱۰۹٤
- Farhang, A., Kianpoor, S., & Shamsollahi, R. (۲۰۲٥). The effect of globalization on economic growth and environmental quality in Iran. ***Journal of Economics and Modelling***, *۱٥*(۲), ۱۴۹–۱۸۲. https://doi.org/۱۰.۴۸۳۰۸/jem.۲۰۲٥.۲۳٦۸۷٦.۱۹۴۰ (In Persian)
- Farhang, A., Younessi, A., Mansouri, N., & Jalilvand Nekari, A. (۲۰۲٥). Effects of economic openness, innovation and new technologies on the environment: A study of developing and developed countries. ***Journal of Environmental Education and***

Sustainable Development, ۱۴(۳), ۱۵۷–۱۷۰. https://doi.org/۱۰.۳۰۴۷۳/ee.۲۰۲۴.۷۰۲۹۷.۲۷۰۵ (In Persian)

- Elfaki, K. E., & Ahmed, E. M. (۲۰۲٤). Globalization and financial development contributions toward economic growth in Sudan. **Research in Globalization**, ۹, ۱۰۰۲٤٦. https://doi.org/۱۰.۱۰۱٦/j.resglo.۲۰۲٤.۱۰۰۲٤٦
- Gaies, B., Goutte, S., & Guesmi, K. (۲۰۱۹). What Interactions between Financial Globalization and Instability?—Growth in Developing Countries. Journal of International Development, ۳۱(۱), ۳۹–۷۹. https://doi.org/۱۰.۱۰۰۲/jid.۳۳۹۱
- Gozg ¨ or, ¨ G., & Can, M. (۲۰۱۷). Causal Linkages among the Product Diversification of Exports, Economic Globalization and Economic Growth. **Review of Development Economics**, ۲۱(۳), ۸۸۸–۹۰۸. https://doi.org/۱۰.۱۱۱۱/rode.۱۲۳۰۱
- Grinsted, A., Moore, J. C., & Jevrejeva, S. (۲۰۰٤). "Application of the cross wavelet transform and wavelet coherence to geophysical time series.**Nonlinear Processes in Geophysics**, ۱۱(٥), ٥٦۱-٥٦٦.
- Gygli, S., Haelg, F., Potrafke, N., & Sturm, J. E. (۲۰۱۹). The KOF Globalisation Index – revisited. **Review of International Organizations**, ۱٤(۳), ٥٤۳–٥۷٤. https://doi.org/ ۱۰.۱۰۰۷/s۱۱٥٥۸-۰۱۹-۰۹۳٤٤-۲
- Heimberger, P. (۲۰۲۲). Does economic globalisation promote economic growth? A metaanalysis. **World Economy**, ٤٥(٦), ۱٦۹۰–۱۷۱۲. https://doi.org/۱۰.۱۱۱۱/twec.۱۳۲۳٥
- Hossain, M. S., Kibria, M. G., & Islam, M. S. (۲۰۱۸). Does globalization affect the economic growth of Bangladesh?-An econometric analysis. **Asian Economic and Financial Review**, ۸(۱۲), ۱۳۸٤–۱۳۹۳.
- Huchet-Bourdon, M., Le Mou¨el, C., & Vijil, M. (۲۰۱۸). The relationship between trade openness and economic growth: Some

new insights on the openness measurement issue. **World Economy**, ٤١(١), ٥٩–٧٦. https://doi.org/١٠.١١١١/twec.١٢٥٨٦

- Iamsiraroj, S., & Ulubas¸oglu, ˘ M. A. (٢٠١٥). Foreign direct investment and economic growth: A real relationship or wishful thinking? , **Economic Modelling**, ٥١, ٢٠٠–٢١٣.
- J Liu, J, Liu, S, M.E. Medhat, A.M.M. Elsayed,(٢٠٢٣).Wavelet transform theory: The mathematical principles of wavelet transform in gamma spectroscopy,**Radiation Physics and Chemistry**,Volume ٢٠٣, Part A,٢٠٢٣,١١٠٥٩٢,ISSN ٠٩٦٩-٨٠٦X,https://doi.org/١٠.١٠١٦/j.radphyschem.٢٠٢٢.١١٠٥٩٢.
- Joshua, U., Salami, O. M., & Alola, A. A. (٢٠٢٠). Toward the path of economic expansion in Nigeria: The role of trade globalization. **Journal of Labor and Society**, ٢٣(٢), ٢٠٥–٢٢٠. https://doi.org/١٠.١١١١/wusa.١٢٤٧١
- Karimi Takanlou, Z., Farhang, A. A., & Mohammadpour, A. (٢٠٢٣). Uncertain effects of economic policy, institutional quality, and renewable energies on green growth: A case study of Iran. ***Quarterly Journal of Applied Theories of Economics***, ١٠(٤), ٦٥–١٠٢. https://doi.org/١٠.٢٢٠٣٤/ecoj.٢٠٢٤.٥٨٠٦٥.٣٢٢٥ (In Persian)
- Kilicarslan, Z., & Dumrul, Y. (٢٠١٧). Economic Impacts of Climate Change on Agriculture: Empirical Evidence From The ARDL Approach for Turkey. **Pressacademia**, ٦(٤), ٣٣٦–٣٤٧. https://doi.org/١٠.١٧٢٦١/pressacademia.٢٠١٧.٧٦٦
- KOF. (٢٠١٨), **Swiss Economic Institute**, KOF Index of Globalization.
- Kulu, E., Mensah, S., & Mike Sena, P. (٢٠٢١). Effects of foreign direct investment on economic growth in Ghana: The role of institutions. **Economics of Development**, ٢٠(١), ٢٣–٣٤. https://doi.org/١٠.٢١٥١١/ed.٢٠(١).٢٠٢١.٠٣
- Kumar, N. (٢٠٢٤). Natural resources and economic growth: Examining the role of globalization, financial development, and

digitalization in India. **Resources Policy**, ۹۷, ۱۰۵۲٦۰. https://doi.org/۱۰.۱۰۱٦/j.resourpol.۲۰۲٤.۱۰۵۲٦۰

- Manu, E. K., Xuezhou, W., Paintsil, I. O., Gyedu, S., & Ntarmah, A. H. (۲۰۲۰). Financial development and economic growth nexus in Africa. **Business Strategy and Development**, ۳(٤), ۵۰٦–۵۲۱. https://doi.org/۱۰.۱۰۰۲/bsd۲.۱۱۳ .
- Meyer, Y. (۱۹۹۳). Wavelets: Algorithms and Applications. SIAM.
- Milovanović, M. Bojan M, Nicoletta Saulig, T.(۲۰۲۳).Wavelets and stochastic theory: Past and future,Chaos, **Solitons & Fractals**,Volume ۱۷۳,۲۰۲۳,۱۱۳۷۲٤,ISSN ۰۹٦۰-۰۷۷۹,https://doi.org/۱۰.۱۰۱٦/j.chaos.۲۰۲۳.۱۱۳۷۲٤.
- Olubiyi, E. A. (۲۰۱٤). Trade, remittances and economic growth in Nigeria: Any causal relationship?, **African Development Review**, ۲٦(۲), ۲۷٤–۲۸۵. https://doi.org/۱۰.۱۱۱۱/ ۱٤٦۷-۸۲٦۸.۱۲۰۸۱
- Owusu, E. L. (۲۰۲۱). The relationship between foreign direct investment and economic growth: A multivariate causality approach from Namibia. International **Journal of Finance and Economics**, ۲٦(۲), ۲۹۹۰–۲۹۹۷. https://doi.org/۱۰.۱۰۰۲/ijfe.۱۹٤٦
- Papanek, G. F. (۱۹۷۳). Aid, foreign private investment, savings, and growth in less developed countries. ***Journal of political Economy***, *۸۱*(۱), ۱۲۰-۱۳۰.
- Polat, A., Shahbaz, M., Rehman, I. U., & Satti, S. L. (۲۰۱۵). Revisiting linkages between financial development, trade openness and economic growth in South Africa: Fresh evidence from combined cointegration test. **Quality & Quantity**, ٤۹, ۷۸۵–۸۰۳.
- Radulović, M., & Kostić, M. (۲۰۲٤). Globalization and economic growth in Western Balkan countries. **Regional Science Policy & Practice**, ۱٦(۸), ۱۰۰۰۳۱. https://doi.org/۱۰.۱۰۱٦/j.rspp.۲۰۲٤.۱۰۰۰۳۱
- Ricardo, D. (۲۰۰۵). From the principles of political economy and taxation**. In *Readings in the economics of the division of labor: The classical tradition*** (pp. ۱۲۷-۱۳۰).

- Sakyi, D., & Egyir, J. (۲۰۱۷). Effects of trade and FDI on economic growth in Africa: An empirical investigation. **Transnational Corporations Review**, ۹(۲), ٦٦–۸۷. https://doi.org/۱۰.۱۰۸۰/۱۹۱۸٦٤٤٤.۲۰۱۷.۱۳۲٦۷۱۷
- Sakyi, D., Commodore, R., & Opoku, E. E. O. (۲۰۱۵). Foreign Direct Investment, Trade Openness and Economic Growth in Ghana: An Empirical Investigation. **Journal of African Business**, ۱٦(۱–۲), ۱–۱۵. https://doi.org/۱۰.۱۰۸۰/۱۵۲۲۸۹۱٦.۲۰۱۵.۱۰٦۱۲۸۳
- Shangquan, G. (۲۰۰۰). **Risks and Risk Prevention Contents**. ۱(۱), ۱–۸. https://www.un.org/en/development/desa/policy/cdp/cdp_background_papers/bp۲۰۰۰_۱.pdf.
- Tetteh, B., & Ntsiful, E. (۲۰۲۳). A Comparative Analysis of the Performances of Macroeconomic Indicators during the Global Financial Crisis, COVID-۱۹ Pandemic, and the Russia-Ukraine War: The Ghanaian Case. **Research in Globalization**, ۱۰۰۱۷٤.
- Ulucak, R. (۲۰۱۹). The effect of globalization on economic growth: Evidence from emerging economies. In Emerging economic models for global sustainability and social development (pp. ۱–۱۹). **IGI Global**.
- **Unctad**. (۲۰۲٤).in access in https://unctad.org/publications.
- Wacziarg, R., & Welch, K. H. (۲۰۰۸). Trade liberalization and growth: New evidence. **The World Bank Economic Review**, ۲۲(۲), ۱۸۷–۲۳۱.
- Wang, Z., & Sibt-e-Ali, M. (۲۰۲٤). Financial globalization and economic growth amid geopolitical risk: A study on China-Russia far East federal district. **Heliyon**, ۱۰(۱۰), e۳۱۰۹۸. https://doi.org/۱۰.۱۰۱٦/j.heliyon.۲۰۲٤.e۳۱۰۹۸

- wave, E., & Baidoo, S. T. (۲۰۲۰). How does quality of institutions affect the impact of trade openness on economic growth of Ghana? , **Cogent Economics & Finance**, ۸(۱), ۱۸۱۲۲۵۸..
- Yameogo, C. E., Omojolaibi, J. A., & Dauda, R. O. (۲۰۲۱). Economic globalisation, institutions and environmental quality in Sub-Saharan Africa. **Research in Globalization**, ۳, Article ۱۰۰۰۳۵.
- Yanikkaya, H. (۲۰۰۳). Trade openness and economic growth: A cross-country empirical investigation. **Journal of Development Economics**, ۷۲(۱), ۵۷–۸۹.
- Yennu, A. T. (۲۰۱۸). International Trade and Economic Growth in Ghana - Benefits, Constraints and Impacts. **International Journal of Economics & Management Sciences**, ۰۷(۰٤). https://doi.org/۱۰.٤۱۷۲/۲۱٦۲-٦۳٥۹.۱۰۰۰٥٤۱
- Zahonogo, P. (۲۰۱۸). Globalization and Economic Growth in Developing Countries: Evidence from Sub-Saharan Africa. **International Trade Journal**, ۳۲(۲), ۱۸۹–۲۰۸. https://doi.org/۱۰.۱۰۸۰/۰۸۸٥۳۹۰۸.۲۰۱۷.۱۳۳۳۹۳۳

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ۲۰۱-۱۷٤
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

بررسی فرهنگی-اجتماعی رفتارهای خشونت‌آمیز داعش در تقابل با فقه اسلامی و حقوق بین‌الملل

علی جهانی بایقوت [۱]
سیدعلی پورمنوچهری [۲]
سیدرضا احسان پور [۳]

(تاریخ دریافت۲۵ /۱۴۰۴/۳ ـ تاریخ تصویب ۱۴۰۴/۶/۳)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
دولت اسلامی (داعش)، به عنوان نمونه‌ای بارز از گروه‌های افراطی و رادیکال در جهان اسلام است که معضلی پیچیده و چندوجهی در عصر حاضر ایجاد کرده است. ریشه‌های آن در برداشت‌های ظاهرگرایانه و انحرافی از متون دینی نهفته است، با استناد به تفسیرهای افراطی از قرآن و سنت، اقدامات خشونت‌آمیز همچون تکفیر، ترور، عملیات انتحاری و نسل‌کشی را

[۱] - گروه الهیات، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
[۲] - گروه الهیات، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران(نویسنده مسئول)
Ali.pourmanouchehri@iau.ac.ir
[۳] - استادیار حقوق جزا و جرم شناسی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران.

مشروع جلوه داده است. این اعمال، نشان از انحراف عمیق از اصول فقهی و اخلاقی اسلامی دارد و ضرورت بررسی دقیق و موشکافانه‌ی رابطه‌ی گفتمان دینی و خشونت را آشکار می‌سازد.این پژوهش به بررسی فرهنگی-اجتماعی رفتارهای خشونت‌آمیز داعش، شامل قتل‌عام، نسل‌کشی، تخریب آثار باستانی، و استرقاق، از منظر فقه اسلامی، حقوق بین‌الملل، و حقوق موضوعه ایران می‌پردازد. با استفاده از روش کیفی توصیفی-تحلیلی و تحلیل محتوای اسناد (۲۰۲۰-۲۰۲۵)، یافته‌ها نشان داد که اقدامات داعش با اصول فقه اسلامی (شیعه و سنی)، مانند قاعده لاضرر و کرامت انسانی، مغایر است و نتیجه تفاسیر ظاهرگرایانه از متون دینی است. در حقوق بین‌الملل، این اقدامات مصداق جنایات علیه بشریت، جنایات جنگی، و نسل‌کشی (مواد ۶-۸ اساسنامه رم) بوده و نقض منشور ملل متحد هستند، اما محدودیت‌های صلاحیتی دیوان کیفری بین‌المللی مانع اجرای کامل عدالت شده است. در حقوق ایران، عناوین محاربه، افساد فی‌الارض، و قتل عمد (قانون مجازات اسلامی ۱۳۹۲) اعمال می‌شوند، اما فقدان قانون جامع ضدتروریسم چالش ایجاد کرده است. عوامل اجتماعی مانند بی‌ثباتی سیاسی، فقر، و فقدان آموزش دینی صحیح زمینه‌ساز ظهور داعش بودند. دادگاه‌های کیفری ایران و دیوان کیفری بین‌المللی صلاحیت دارند، اما خلأهای قانونی و اجرایی نیازمند اصلاح قوانین داخلی و همکاری بین‌المللی است. جبران خسارات مادی و معنوی نیز در هر دو نظام الزامی است، اما موانع اجرایی وجود دارد.

واژگان کلیدی:داعش، فقه اسلامی، حقوق بین‌الملل، حقوق ایران، عوامل فرهنگی-اجتماعی، جنایات جنگی.

مقدمه

پیدایش گروه‌های افراطی و رادیکال در جهان اسلام یکی از چالش‌های پیچیده معاصر است که ریشه‌های آن به تفاسیر ظاهرگرایانه و انحرافی از متون دینی بازمی‌گردد. گروه دولت اسلامی (داعش)، به‌عنوان یکی از بارزترین نمونه‌های این جریان‌ها، با اتکا به برداشت‌های افراطی از قرآن و احادیث، اقداماتی نظیر تکفیر، ترور، عملیات انتحاری، و نسل‌کشی را توجیه کرده است (احمدی، ۲۰۲۱: ۴۵). این اقدامات نه‌تنها با اصول فقه اسلامی (شیعه و سنی) در تعارض است، بلکه نقض آشکار قواعد حقوق بین‌الملل، از جمله کنوانسیون‌های ژنو و اساسنامه رم دیوان

کیفری بین‌المللی محسوب می‌شود(اسمیت[۱]، ۲۰۲۲: ۱۱۲).

اهمیت بررسی اقدامات داعش از منظر فقه اسلامی و حقوق بین‌الملل در این است که این گروه بسیاری از جنایات خود را با استناد به متون دینی توجیه می‌کند. برای نمونه، تخریب آثار باستانی در عراق و سوریه یا به اسارت گرفتن اقلیت‌های دینی مانند ایزدی‌ها با استناد به فتاوای خودخوانده و برداشت‌های نادرست از احکام فقهی مانند «استرقاق» انجام شده است (محمدی، ۲۰۲۰: ۷۸). گزارش‌های سازمان ملل[۲] نیز نشان می‌دهد که داعش به‌طور سیستماتیک مرتکب جنایات علیه بشریت و جنایات جنگی شده است . از این‌رو، بررسی این اقدامات از منظر فقه اسلامی برای روشن ساختن انحرافات داعش و تبیین مغایرت آن‌ها با اصول شریعت ضروری است.

از سوی دیگر، تحلیل این اقدامات از منظر حقوق بین‌الملل و حقوق کیفری ایران به درک بهتر چالش‌های حقوقی و خلأهای قانونی در مقابله با تروریسم کمک می‌کند. ایران، به‌عنوان یکی از قربانیان اصلی تروریسم، با وجود الحاق به برخی اسناد بین‌المللی ضدتروریسم، هنوز فاقد قانون جامع و مشخصی برای جرم‌انگاری تروریسم است (رحیمی، ۲۰۲۳: ۱۰۲). این خلأ قانونی، همراه با پیچیدگی‌های تعامل فقه اسلامی و حقوق عرفی در نظام حقوقی ایران، ضرورت بررسی اقدامات داعش را از منظر حقوقی دوچندان می‌کند. همچنین، با توجه به احتمال الحاق ایران به اساسنامه دیوان کیفری بین‌المللی در آینده، آگاهی از مقررات بین‌المللی در خصوص جبران خسارات و مجازات جنایات داعش اهمیتی حیاتی دارد(جانسون[۳]،۲۰۲۳ :۸۹). این پژوهش با هدف تحلیل رفتارهای خشونت‌آمیز داعش از سه منظر فقه اسلامی، حقوق کیفری ایران، و حقوق بین‌الملل، به دنبال پاسخ به این پرسش است که آیا توجیهات داعش برای اقداماتش با مبانی فقهی و حقوقی هم‌خوانی دارد و چگونه می‌توان این اقدامات را در چارچوب مسئولیت کیفری و مدنی تحلیل کرد.

---

[۱] -Smith

[۲]- UNHCHR

[۳]- Johnson

داعش بسیاری از اقدامات خشونت‌آمیز خود را با استناد به برداشت‌های سطحی از متون فقهی و احادیث توجیه کرده است. به‌عنوان مثال، تخریب میراث فرهنگی در موصل و پالمیرا با استناد به احادیثی در مورد منع بت‌پرستی انجام شد، در حالی که این اقدامات از منظر فقه شیعه و سنی، مغایر با قواعد حفظ اموال عمومی و احترام به فرهنگ بشری است (علوی، ۲۰۲۲: ۶۵). همچنین، به اسارت گرفتن زنان ایزدی و توجیه آن تحت عنوان «استرقاق» با اصول فقهی مانند قاعده «لاضرر» و احترام به کرامت انسانی در تعارض است(حاسان[۱]،۲۰۲۱: ۱۳۴).

از منظر فقه شیعه، اقداماتی مانند قتل اسیران یا تخریب اماکن مذهبی به‌شدت محکوم شده و با استناد به قواعدی چون «قاعده اتلاف» و «قاعده تسبیب» قابل پیگرد است (موسوی، ۲۰۲۰: ۹۲). در فقه سنی نیز، علمایی مانند شیخ الازهر، اقدامات داعش را به دلیل نقض اصول عدالت و رحمت در اسلام، نامشروع دانسته‌اند(ال-طیب[۲]، ۲۰۲۰: ۴۵)این انحرافات فقهی نشان‌دهنده سوءاستفاده داعش از متون دینی برای پیشبرد اهداف سیاسی و نظامی است.

در نظام حقوقی ایران، تروریسم به‌عنوان یک جرم مستقل به‌طور کامل تعریف نشده است، و این خلأ قانونی مانع از برخورد مؤثر با گروه‌هایی مانند داعش شده است (قاسمی، ۲۰۲۱: ۱۲۰). با این حال، اقداماتی نظیر قتل، تخریب اموال عمومی، و نقض حقوق اقلیت‌ها می‌تواند تحت عناوین مجرمانه‌ای مانند «محاربه» یا «افساد فی‌الارض» در قانون مجازات اسلامی ایران مورد پیگرد قرار گیرد (قانون مجازات اسلامی، ۱۳۹۲: ماده ۲۷۹). همچنین، قواعد فقهی مانند «ضمان ید» و «قاعده لاضرر» می‌توانند مبنای مسئولیت مدنی عاملان این اقدامات باشند (رضایی، ۲۰۲۳: ۵۵). ایران به برخی اسناد بین‌المللی ضدتروریسم، مانند کنوانسیون مبارزه با تأمین مالی تروریسم (۱۹۹۹)، ملحق شده است، اما عدم الحاق به کنوانسیون‌های کلیدی دیگر، مانند کنوانسیون پالرمو، محدودیت‌هایی در همکاری بین‌المللی ایجاد کرده است(براون[۳]،۲۰۲۲: ۷۸). از این‌رو، تبیین سیاست کیفری ایران در قبال داعش نیازمند بازنگری قوانین داخلی و تقویت تعامل با نهادهای

---

[۱]- Hassan

[۲]- Al-Tayeb

[۳] -Brown

بین‌المللی است.

اقدامات داعش، از جمله اعدام‌های دسته‌جمعی، تجاوز جنسی، و نسل‌کشی اقلیت‌ها، به‌وضوح در چارچوب جنایات علیه بشریت و جنایات جنگی مندرج در مواد ۵ تا ۸ اساسنامه رم دیوان کیفری بین‌المللی قرار می‌گیرد. گزارش کمیساریای عالی حقوق بشر سازمان ملل[۱] در سال ۲۰۲۱ به صراحت داعش را به ارتکاب جنایات علیه بشریت، از جمله قتل‌های هدفمند و کوچ اجباری اقلیت‌های دینی، متهم کرده است .

علاوه بر این، اقدامات داعش نقض اصول منشور ملل متحد، به‌ویژه ماده ۲ در مورد منع توسل به زور، است و خسارات گسترده‌ای به غیرنظامیان و زیرساخت‌های فرهنگی وارد کرده است(ویلسون[۲]،۲۰۲۳:۱۰۱).با وجود شواهد فراوان، فقدان اقدام قاطع جامعه بین‌المللی برای محاکمه اعضای داعش، یکی از چالش‌های اصلی در اجرای عدالت کیفری بین‌المللی است. در حوزه جبران خسارت، حقوق بین‌الملل مفهوم خسارت معنوی را به رسمیت می‌شناسد، اما پیچیدگی‌های اجرایی آن، به‌ویژه در مورد قربانیان داعش، همچنان مورد بحث است(گاریکا[۳]،۲۰۲۰:۶۷). دیوان کیفری بین‌المللی و دیگر نهادهای بین‌المللی می‌توانند با استناد به قواعد حقوق بشردوستانه، مسئولیت داعش را در جبران خسارات مادی و معنوی قربانیان پیگیری کنند.

بنیان‌های اجتماعی پیدایش داعش

ظهور گروه دولت اسلامی (داعش) نتیجه تعامل پیچیده عوامل اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، و اقتصادی در خاورمیانه، به‌ویژه در عراق و سوریه، بود. این عوامل، که اغلب ریشه در نابرابری‌های اجتماعی، بی‌ثباتی سیاسی، و خلأهای فرهنگی-آموزشی دارند، به داعش امکان داد تا با بهره‌گیری از نارضایتی‌های موجود، نیرو جذب کرده و ایدئولوژی افراطی خود را گسترش دهد. در ادامه، بنیان‌های اجتماعی کلیدی پیدایش داعش تحلیل می‌شود.

---

۱ -UNHCHR

۲ -Wilson

۳ -Garsiya

۱. بی‌ثباتی سیاسی و خلأ قدرت

بی‌ثباتی سیاسی در عراق و سوریه پس از تهاجم آمریکا به عراق (۲۰۰۳) و جنگ داخلی سوریه (۲۰۱۱) یکی از مهم‌ترین عوامل اجتماعی ظهور داعش بود. سقوط رژیم بعث در عراق و سیاست‌های تبعیض‌آمیز دولت نوری المالکی علیه سنی‌ها، به حاشیه‌نشینی اجتماعی و سیاسی اقلیت سنی منجر شد و زمینه را برای جذب نیرو توسط گروه‌های افراطی فراهم کرد (حاسان، ۲۰۲۱: ۱۳۴). در سوریه نیز، سرکوب اعتراضات مسالمت‌آمیز توسط رژیم بشار اسد و تبدیل آن به جنگ داخلی، خلأ قدرتی ایجاد کرد که داعش از آن بهره‌برداری کرد(ویلسون[۱]،۲۰۲۳: ۹۲).

این بی‌ثباتی‌ها، همراه با ضعف نهادهای دولتی، به داعش امکان داد تا با ارائه وعده‌های برقراری «خلافت اسلامی»، گروه‌های ناراضی را به خود جلب کند. رحیمی (۲۰۲۳) در این باره استدلال می‌کند که فقدان مشروعیت سیاسی دولت‌های عراق و سوریه، به‌ویژه در مناطق سنی‌نشین، به داعش اجازه داد تا به‌عنوان یک نیروی جایگزین عمل کند .

۲. نابرابری‌های اقتصادی و حاشیه‌نشینی

فقر، بیکاری، و نابرابری‌های اقتصادی در مناطق تحت نفوذ داعش، به‌ویژه در مناطق روستایی و حاشیه‌ای عراق و سوریه، نقش مهمی در جذب افراد به این گروه ایفا کرد. جوانان بیکار و محروم، که از دسترسی به آموزش و فرصت‌های شغلی محروم بودند، به‌راحتی تحت تأثیر وعده‌های مالی و اجتماعی داعش قرار گرفتند (علوی، ۲۰۲۲: ۶۷). داعش با ارائه حقوق ماهانه، امکانات اولیه، و حس تعلق به یک «جامعه آرمانی»، توانست افراد حاشیه‌نشین را جذب کند.

الحسینی (۲۰۲۲) در مطالعه‌ای نشان داد که مناطق محروم مانند الانبار در عراق و رقه در سوریه، که از توسعه اقتصادی عقب مانده بودند، به مراکز اصلی جذب نیرو توسط داعش تبدیل شدند .این شرایط اقتصادی، همراه با احساس تبعیض قومی و مذهبی، به داعش امکان داد تا از نارضایتی‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای گسترش نفوذ خود استفاده کند.

۳. فقدان آموزش دینی صحیح و سوءاستفاده از خلأهای فرهنگی

یکی از بنیان‌های اجتماعی کلیدی پیدایش داعش، فقدان آموزش دینی جامع و صحیح در جوامع هدف بود. داعش با بهره‌گیری از تفاسیر ظاهرگرایانه و گزینشی از متون دینی، مانند آیات جهاد

---

[۱]- Wilson

و احادیث مربوط به خلافت، توانست افراد کم‌سواد دینی را به خود جلب کند (احمدی، ۲۰۲۱: ۴۸). این گروه با استفاده از تبلیغات گسترده در شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌هایی مانند X، روایت‌های ساده‌انگارانه‌ای از «جهاد» و «خلافت» ارائه کرد که برای جوانان ناامید جذاب بود(حاسان،۱۳۶:۲۰۲۱).

الطیب (۲۰۲۰) در این باره استدلال می‌کند که ضعف نهادهای دینی سنتی، مانند مساجد و مراکز آموزشی، در ارائه تفاسیر معتدل از اسلام، به داعش اجازه داد تا خلأ فرهنگی را پر کند. این خلأ، همراه با دسترسی گسترده به اینترنت و تبلیغات آنلاین، به داعش امکان داد تا ایدئولوژی خود را به‌سرعت در میان گروه‌های جوان و ناراضی منتشر کند.

٤. تبعیض قومی و مذهبی

تبعیض علیه گروه‌های قومی و مذهبی، به‌ویژه سنی‌ها در عراق و اقلیت‌های دینی مانند ایزدی‌ها و مسیحیان، یکی دیگر از عوامل اجتماعی ظهور داعش بود. در عراق، سیاست‌های دولت شیعه‌محور پس از ۲۰۰۳، مانند حذف سنی‌ها از مناصب دولتی و ارتش، به احساس محرومیت و خشم در میان این گروه منجر شد(اسمیت[۱]،۱۱۵:۲۰۲۲). داعش با بهره‌گیری از این نارضایتی، خود را مدافع «حقوق سنی‌ها» معرفی کرد و حمایت برخی قبایل سنی را جلب نمود.

در سوریه نیز، سرکوب اقلیت‌ها توسط رژیم اسد و درگیری‌های فرقه‌ای، به داعش امکان داد تا با شعار «دفاع از اسلام»، گروه‌های مختلف را به خود جلب کند. رحیمی (۲۰۲۳) تأکید می‌کند که تبعیض مذهبی، همراه با درگیری‌های قومی، به داعش اجازه داد تا از شکاف‌های اجتماعی برای گسترش نفوذ خود استفاده کند .

مرور ادبیات پژوهش

پژوهش‌های مرتبط با رفتارهای خشونت‌آمیز داعش از منظر فقه اسلامی، حقوق بین‌الملل، و عوامل فرهنگی-اجتماعی طی سال‌های اخیر به دلیل تأثیرات گسترده این گروه بر جوامع اسلامی و نظام حقوقی جهانی مورد توجه قرار گرفته‌اند. ادبیات نظری ارائه‌شده ، به‌صورت منظم و

---

[۱] -Smith

ساختاریافته در سه حوزه اصلی فقهی، حقوقی و فرهنگی-اجتماعی دسته‌بندی شده است. این دسته‌بندی، رویکردی منطقی و سیستماتیک را نشان می‌دهد و چارچوبی جامع برای تحلیل چندبعدی پدیده داعش فراهم می‌کند.

مطالعات فقهی

در حوزه فقه اسلامی، پژوهش‌ها بر انحرافات داعش از اصول شریعت و سوءاستفاده این گروه از متون دینی تمرکز دارند. احمدی (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای با عنوان تحلیل فقهی اقدامات داعش در خاورمیانه نشان داد که توجیهات داعش برای اقداماتی مانند تکفیر و استرقاق با قواعد فقهی مانند «لاضرر» و «اتلاف» مغایر است. وی تأکید کرد که تفاسیر ظاهرگرایانه داعش از احادیث، ریشه در فقدان آموزش دینی صحیح دارد. به‌طور مشابه، محمدی (۲۰۲۰) در پژوهش داعش و انحرافات فقهی: بررسی استرقاق در فقه اسلامی به تحلیل بردگی زنان ایزدی توسط داعش پرداخت و استدلال کرد که این اقدامات با اصول کرامت انسانی در فقه شیعه و سنی ناسازگار است.

در منابع عربی، الطیب (۲۰۲۰) در کتاب الإسلام والتطرف: منظور فقهی با استناد به فتاوای علمای الازهر، اقدامات داعش را به دلیل نقض عدالت و رحمت اسلامی محکوم کرد و خواستار بازنگری در آموزش فقهی برای پیشگیری از تفاسیر افراطی شد . همچنین، علوی (۲۰۲۲) در مقاله‌ای با عنوان فقه و میراث فرهنگی: بررسی تخریب آثار باستانی توسط داعش نشان داد که تخریب اماکن تاریخی توسط داعش با قواعد حفظ اموال عمومی در فقه اسلامی مغایر است و نتیجه برداشت‌های نادرست از احادیث مربوط به بت‌پرستی است. این مطالعات بر ضرورت بازتعریف مفاهیم فقهی برای مقابله با سوءاستفاده‌های داعش تأکید دارند، اما کمتر به مقایسه تطبیقی فقه شیعه و سنی در این زمینه پرداخته‌اند.

مطالعات حقوقی

از منظر حقوقی، پژوهش‌ها به تحلیل اقدامات داعش در چارچوب حقوق بین‌الملل و حقوق کیفری داخلی پرداخته‌اند. العقیلی (۲۰۲۱) در مقاله جرائم داعش فی ضوء القانون الدولی الإنسانی استدلال کرد که جنایات داعش، مانند نسل‌کشی ایزدی‌ها، نیازمند پاسخ هماهنگ

جامعه جهانی است، اما فقدان اقدام قاطع مانع اجرای عدالت شده است .

در زمینه حقوق داخلی ایران، قاسمی (۲۰۲۱) در مقاله خلأهای قانونی در مقابله با تروریسم در ایران به نبود تعریف مستقل جرم تروریسم در قوانین کیفری ایران اشاره کرد و پیشنهاد داد که عناوینی مانند «محاربه» و «افساد فی‌الارض» برای پیگرد اقدامات داعش کافی نیستند. رضایی (۲۰۲۳) نیز در مسئولیت مدنی در فقه و حقوق ایران با استناد به قواعد فقهی مانند «اتلاف» و نظریه‌های حقوقی مانند«تقصیر»، مسئولیت مدنی داعش برای جبران خسارات مادی و معنوی قربانیان را بررسی کرد. این مطالعات نشان‌دهنده خلأهای قانونی در ایران هستند، اما کمتر به تعامل فقه و حقوق عرفی در سیاست کیفری ایران پرداخته‌اند.

مطالعات فرهنگی-اجتماعی

در حوزه فرهنگی-اجتماعی، پژوهش‌ها به عوامل زمینه‌ساز گسترش تفکرات افراطی داعش و تأثیرات اجتماعی اقدامات این گروه پرداخته‌اند. حاسان(۲۰۲۱) در مقاله ای استدلال کرد که عواملی مانند بی‌ثباتی سیاسی، فقر، و فقدان آموزش دینی صحیح در مناطق تحت نفوذ داعش، به جذب نیرو و گسترش ایدئولوژی این گروه کمک کرده است ویلسون(۲۰۲۳) در مقاله ای تأثیر تخریب میراث فرهنگی توسط داعش بر هویت جوامع محلی را بررسی کرد و آن را ابزاری برای سرکوب فرهنگی دانست .

در منابع فارسی، رحیمی (۲۰۲۳) در سیاست کیفری ایران در قبال تروریسم: چالش‌ها و راهکارها به نقش عوامل اجتماعی مانند حاشیه‌نشینی و بیکاری در گرایش افراد به گروه‌های افراطی اشاره کرد و خواستار برنامه‌های آموزشی و اجتماعی برای پیشگیری شد (رحیمی، ۲۰۲۳: ۱۰۲). همچنین، الحسینی (۲۰۲۲) در مقاله آثار الإرهاب علی المجتمعات المحلیة: دراسة حالة الیزیدیین تأثیرات روانی و اجتماعی اقدامات داعش بر اقلیت ایزدی را تحلیل کرد و نشان داد که این اقدامات به فروپاشی اجتماعی و مهاجرت گسترده منجر شده است (الحسینی، ۲۰۲۲: ۵۶). این مطالعات بر نقش عوامل اجتماعی در گسترش افراط‌گرایی تأکید دارند، اما تحلیل جامعی از تعامل عوامل فرهنگی و فقهی کمتر ارائه شده است.

با وجود مطالعات گسترده، شکاف‌های پژوهشی قابل‌توجهی وجود دارد. نخست، اکثر پژوهش‌ها به‌صورت جداگانه به جنبه‌های فقهی، حقوقی، یا اجتماعی پرداخته‌اند و تحلیل یکپارچه این سه

حوزه کمتر دیده می‌شود. دوم، مقایسه تطبیقی فقه شیعه و سنی در بررسی اقدامات داعش به‌طور محدود انجام شده است. سوم، در زمینه حقوق ایران، خلأهای قانونی در جرم‌انگاری تروریسم بررسی شده، اما تعامل فقه و حقوق عرفی در تدوین سیاست کیفری کمتر مورد توجه قرار گرفته است. چهارم، تحلیل عوامل فرهنگی-اجتماعی اغلب به‌صورت کلی بوده و مطالعات میدانی در مناطق تحت تأثیر داعش به دلیل شرایط امنیتی محدود است. این پژوهش با هدف پر کردن این شکاف‌ها، به تحلیل یکپارچه رفتارهای داعش از منظر فقه اسلامی، حقوق بین‌الملل، و عوامل فرهنگی-اجتماعی می‌پردازد.

نوآوری پژوهش حاضر در تحلیل یکپارچه و تطبیقی رفتارهای خشونت‌آمیز گروه داعش از سه منظر متمایز و در عین حال مکمل — فقه اسلامی (شیعه و سنی) ،حقوق بین‌الملل، و حقوق موضوعه ایران —همراه با بررسی عوامل فرهنگی-اجتماعی، تجلی می‌یابد. این رویکرد چندبعدی، نوآوری اصلی مقاله را تشکیل می‌دهد و آن را از مطالعات مرسومی که معمولاً تنها به یکی از این حوزه‌ها می‌پردازند، متمایز می‌سازد.

روش تحقیق

روش تحقیق این پژوهش از نوع کیفی با رویکرد توصیفی-تحلیلی و تطبیقی است. این روش به دلیل ماهیت پیچیده موضوع، که نیازمند تحلیل متون فقهی، اسناد حقوقی، و عوامل فرهنگی-اجتماعی است، انتخاب شده است. هدف پژوهش، بررسی رفتارهای خشونت‌آمیز داعش از منظر فقه اسلامی (شیعه و سنی)، حقوق کیفری ایران، حقوق بین‌الملل، و عوامل فرهنگی-اجتماعی، و همچنین شناسایی انحرافات فقهی، خلأهای حقوقی، و پیامدهای اجتماعی این اقدامات است.

با توجه به ماهیت کیفی پژوهش، جامعه آماری شامل متون و اسناد مرتبط با موضوع است که در سه دسته اصلی قرار می‌گیرند:

متون فقهی (کتب فقه شیعه و سنی، فتاوای علما، و تفاسیر مرتبط با احکام تکفیر، استرقاق، و تخریب آثار باستانی).

اسناد حقوقی (اسناد بین‌المللی مانند اساسنامه رم دیوان کیفری بین‌المللی، کنوانسیون‌های ژنو، گزارش‌های سازمان ملل، و قوانین کیفری ایران مانند قانون مجازات اسلامی ۱۳۹۲).

منابع فرهنگی-اجتماعی (گزارش‌های سازمان‌های بین‌المللی، مقالات علمی، و مطالعات میدانی

در مورد تأثیرات اجتماعی داعش بر جوامع هدف، به‌ویژه اقلیت‌های دینی مانند ایزدی‌ها).
نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند انجام می‌شود. معیار انتخاب نمونه‌ها شامل موارد زیر است:
منابع منتشرشده در بازه زمانی ۲۰۲۰–۲۰۲۵ برای اطمینان از به‌روز بودن اطلاعات.
ارتباط مستقیم با موضوع پژوهش (تحلیل فقهی، حقوقی، یا فرهنگی–اجتماعی اقدامات داعش).
داده‌ها از طریق مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای جمع‌آوری می‌شوند. ابزارهای اصلی عبارتند از:
بررسی متون فقهی (مانند کتب فقهی شیعه مانند «جواهر الکلام» و منابع سنی مانند «فتح الباری») و فتاوای معاصر علما (مانند شیخ الازهر).
تحلیل اسناد حقوقی بین‌المللی (مانند گزارش‌های کمیساریای عالی حقوق بشر سازمان ملل، مواد ۵ تا ۸ اساسنامه رم، و کنوانسیون‌های ضدتروریسم).
مطالعه مقالات علمی و گزارش‌های سازمان‌های بین‌المللی (مانند Amnesty International و UNESCO) برای تحلیل عوامل فرهنگی–اجتماعی.
جستجوی پایگاه‌های داده علمی مانند Google Scholar، Scopus، و SID.ir برای دسترسی به مقالات فارسی و انگلیسی مرتبط.
تحلیل داده‌ها به‌صورت کیفی و با استفاده از روش تحلیل محتوای استقرایی انجام می‌شود. مراحل تحلیل عبارتند از:
کدگذاری اولیه: شناسایی مفاهیم کلیدی در متون (مانند توجیهات فقهی داعش، عناصر جنایات علیه بشریت، و عوامل اجتماعی گسترش افراط‌گرایی).
برای اطمینان از اعتبار پژوهش، از روش مثلث‌سازی استفاده می‌شود که شامل موارد زیر است:
استفاده از منابع متنوع (فقهی، حقوقی، و اجتماعی) برای کاهش سوگیری.
بررسی همسانی درونی داده‌ها با مقایسه منابع مختلف (مانند فتاوای شیعه و سنی یا اسناد سازمان ملل و گزارش‌های محلی).
بازبینی توسط متخصصان فقه و حقوق (در صورت امکان) برای تأیید صحت تحلیل‌ها.
روایی ابزارها نیز از طریق انتخاب منابع معتبر و به‌روز (مانند مقالات نمایه‌شده در Scopus یا گزارش‌های سازمان ملل) تضمین می‌شود.

تحلیل اقدامات داعش از منظر فقه اسلامی

گروه دولت اسلامی (داعش) بسیاری از اقدامات خشونت‌آمیز خود، از جمله تکفیر، قتل اسیران، تخریب آثار باستانی، و به اسارت گرفتن اقلیت‌ها (استرقاق)، را با استناد به تفاسیر ظاهرگرایانه و نادرست از متون دینی توجیه کرده است. این اقدامات از منظر فقه اسلامی (شیعه و سنی) نه‌تنها مشروع نیستند، بلکه با اصول بنیادین شریعت، مانند عدالت، رحمت، و حفظ کرامت انسانی، در تعارض‌اند. در ادامه، اقدامات کلیدی داعش در کنار قواعد و احکام فقهی مربوطه تحلیل می‌شود.

۱. تکفیر و قتل غیرنظامیان

داعش با استفاده از مفهوم تکفیر، بسیاری از مسلمانان (شیعه، سنی، و دیگر فرق) و غیرمسلمانان را کافر اعلام کرده و قتل آن‌ها را جایز دانسته است. این عمل با استناد به برداشت‌های نادرست از آیاتی مانند «وَقَاتِلُوهُمْ حَتَّى لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ» (قرآن، بقره: ۱۹۳) توجیه شده است (محمدی، ۲۰۲۰: ۷۸).

از منظر فقه شیعه، تکفیر افراد به دلیل اختلافات مذهبی یا سیاسی بدون شواهد قطعی شرعی ممنوع است. علمایی مانند آیت‌الله سیستانی تأکید دارند که قضاوت درباره ایمان افراد تنها در صلاحیت خداوند است و قتل بر اساس تکفیر مغایر با قاعده «لاضرر» (لا ضرر و لا ضرار فی الإسلام) است (موسوی، ۲۰۲۰: ۹۲). در فقه سنی نیز، علمایی مانند شیخ احمد الطیب، رئیس الازهر، تکفیر داعش را به دلیل نقض اصل «الرحمة» و «العدل» در اسلام محکوم کرده‌اند (الطیب، ۲۰۲۰: ۴۵). قاعده فقهی «من أسلم فله أمان» (هرکس اسلام آورد، در امان است) نشان می‌دهد که قتل مسلمانان به صرف اختلاف عقیدتی جایز نیست. بنابراین، تکفیر و قتل غیرنظامیان توسط داعش فاقد مبنای فقهی است.

۲. استرقاق و بردگی اقلیت‌ها

داعش با استناد به احکام سنتی استرقاق (به بردگی گرفتن اسیران جنگی)، زنان و کودکان اقلیت‌های دینی، به‌ویژه ایزدی‌ها، را به اسارت گرفت و این عمل را با برداشت‌های نادرست از احادیثی مانند «إذا أسرتم فاسترقوا» توجیه کرد (حسان، ۲۰۲۱: ۱۶۳).

در فقه شیعه، استرقاق با شرایط سخت‌گیرانه‌ای محدود شده و در عصر حاضر، به دلیل تغییرات

اجتماعی و حقوقی، عملاً منسوخ تلقی می‌شود. قاعده «لاضرر» و اصل کرامت انسانی (مستفاد از آیه «وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ»، اسراء: ۷۰) هرگونه رفتار غیرانسانی با اسیران را ممنوع می‌کند (احمدی، ۲۰۲۱: ۵۰). در فقه سنی نیز، علمایی مانند یوسف القرضاوی تأکید دارند که احکام استرقاق در زمان پیامبر (ص) برای شرایط خاص جنگی بود و نمی‌توان آن را به‌صورت عام در دوران مدرن اعمال کرد (محمدی، ۲۰۲۰: ۸۰). علاوه بر این، قاعده «التسبیب» (مسئولیت ایجاد ضرر) داعش را به دلیل آسیب به اسیران مسئول می‌داند. بنابراین، اقدامات داعش در به بردگی گرفتن اقلیت‌ها با اصول فقهی مغایر است.

۳. تخریب آثار باستانی

داعش با استناد به احادیثی در مورد منع بت‌پرستی، مانند «أمرنا أن نهدم الأوثان»، آثار باستانی و فرهنگی در موصل و پالمیرا را تخریب کرد (علوی، ۲۰۲۲: ۶۵). این گروه این آثار را مصداق «شرک» دانست و تخریب آن‌ها را وظیفه شرعی قلمداد کرد.

از منظر فقه شیعه، تخریب اموال عمومی و میراث فرهنگی مغایر با قاعده «اتلاف» (منع نابودی اموال) و احترام به حقوق جمعی است. آیاتی مانند «وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ» (اعراف: ۵۶) بر حفظ نظم و اموال عمومی تأکید دارند (موسوی، ۲۰۲۰: ۹۵). در فقه سنی نیز، علمایی مانند شیخ شلتوت، مفتی پیشین الازهر، حفظ میراث فرهنگی را بخشی از مسئولیت اجتماعی مسلمانان دانسته‌اند (الطیب، ۲۰۲۰: ۴۸). قاعده «صون المال العام» (حفظ اموال عمومی) تخریب آثار باستانی را غیرشرعی می‌داند. بنابراین، اقدامات داعش در این زمینه فاقد توجیه فقهی است.

٤. قتل اسیران و عملیات انتحاری

داعش با استناد به آیاتی مانند «فَإِذَا لَقِيتُمُ الَّذِينَ كَفَرُوا فَضَرْبَ الرِّقَابِ» (محمد: ۴)، قتل اسیران و انجام عملیات انتحاری را جایز شمرد. این گروه مدعی بود که این اقدامات در راستای جهاد است(حسان، ۲۰۲۱ :۱۳۰).

در فقه شیعه، قتل اسیران جنگی ممنوع بوده و آیه «فَإِمَّا مَنًّا بَعْدُ وَإِمَّا فِدَاءً» (محمد: ۴) بر رفتار انسانی با اسیران تأکید دارد. قاعده «حرمة الدم» (حرمت ریختن خون) هرگونه قتل غیرقانونی را محکوم می‌کند (احمدی، ۲۰۲۱: ۵۵). در فقه سنی نیز، علمایی مانند ابن عابدین در «رد المحتار»

عملیات انتحاری را به دلیل آسیب به غیرنظامیان و خودکشی (ممنوع در آیه «وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ»، نساء: ۲۹) غیرشرعی دانسته‌اند (محمدی، ۲۰۲۰: ۸۲). بنابراین، این اقدامات داعش با احکام جهاد و رفتار با اسیران در فقه اسلامی مغایر است.

۵. تحلیل کلی و انحرافات فقهی

اقدامات داعش نتیجه برداشت‌های ظاهرگرایانه و گزینشی از متون دینی است که بدون توجه به سیاق تاریخی و شرایط شرعی احکام اعمال شده‌اند. این گروه با نادیده گرفتن اصول بنیادین فقه، مانند «الرحمة»، «العدل»، و «صون الحقوق»، به سوءاستفاده از احکام سنتی مانند تکفیر و استرقاق پرداخته است (الطیب، ۲۰۲۰: ۵۰). قواعد فقهی مانند «لاضرر»، «اتلاف»، «تسبیب»، و «ضمان ید» مسئولیت داعش را در جبران خسارات مادی و معنوی قربانیان تأیید می‌کنند (رضایی، ۲۰۲۳: ۵۵). علاوه بر این، فتاوای علمای شیعه (مانند آیت‌الله مکارم شیرازی) و سنی (مانند شیخ عبدالله بن بیه) اقدامات داعش را به دلیل نقض کرامت انسانی و ایجاد فساد محکوم کرده‌اند (علوی، ۲۰۲۲: ۷۰).

از منظر فقه اسلامی، اقدامات داعش، از جمله تکفیر، استرقاق، تخریب آثار باستانی، و قتل اسیران، به دلیل مغایرت با قواعد بنیادین شریعت (مانند لاضرر، اتلاف، و احترام به کرامت انسانی) غیرمشروع هستند. این انحرافات نتیجه تفاسیر نادرست و سوءاستفاده از متون دینی برای اهداف سیاسی و نظامی است. فقه شیعه و سنی به‌طور یکپارچه این اقدامات را محکوم کرده و بر ضرورت آموزش دینی صحیح و بازتعریف احکام در چارچوب شرایط مدرن تأکید دارند.

تحلیل اقدامات داعش از منظر حقوق بین‌الملل

اقدامات گروه دولت اسلامی (داعش)، از جمله اعدام‌های دسته‌جمعی، نسل‌کشی اقلیت‌ها، تخریب میراث فرهنگی، تجاوز جنسی، و استفاده از سلاح‌های ممنوعه، نقض آشکار قواعد حقوق بین‌الملل، به‌ویژه حقوق بشردوستانه و حقوق کیفری بین‌المللی، محسوب می‌شوند. این اقدامات در چارچوب جنایات علیه بشریت، جنایات جنگی، و نقض اصول منشور ملل متحد قابل بررسی هستند. در ادامه، اقدامات کلیدی داعش از منظر حقوق بین‌الملل تحلیل می‌شود.

۱. جنایات علیه بشریت

جنایات علیه بشریت به اقدامات گسترده و سیستماتیک علیه غیرنظامیان، مانند قتل، بردگی، تجاوز، و کوچ اجباری، اطلاق می‌شود که در ماده ۷ اساسنامه رم دیوان کیفری بین‌المللی تعریف شده‌اند(آی سی سی[۱]،۲۰۲۱:۳۴). داعش با انجام اعدام‌های دسته‌جمعی، به‌ویژه علیه شیعیان، ایزدی‌ها، و مسیحیان در عراق و سوریه، و همچنین اسارت و تجاوز به زنان ایزدی، مرتکب این جنایات شده است. گزارش کمیساریای عالی حقوق بشر سازمان ملل[۲] در سال ۲۰۲۱ این اقدامات را به‌عنوان جنایات علیه بشریت تأیید کرده و به قتل‌های هدفمند و کوچ اجباری اقلیت‌ها اشاره دارد .

این اقدامات به دلیل ماهیت سیستماتیک (برنامه‌ریزی‌شده توسط رهبری داعش) و گسترده (هدف‌گیری گروه‌های قومی و مذهبی خاص) با تعریف ماده ۷ اساسنامه رم مطابقت دارند. علاوه بر این، نقض اصل «منع تبعیض» در حقوق بشر بین‌المللی (مستفاد از اعلامیه جهانی حقوق بشر، ماده ۲) این جنایات را تشدید می‌کند(اسمیت[۳]،۲۰۲۲:۱۱۲).

۲. *جنایات جنگی*

جنایات جنگی به نقض قوانین جنگ، مانند حمله به غیرنظامیان، تخریب اماکن فرهنگی، و رفتار غیرانسانی با اسیران، گفته می‌شود که در ماده ۸ اساسنامه رم تعریف شده‌اند (آی سی سی،۲۰۲۲). داعش با اقداماتی مانند قتل اسیران جنگی (مانند سوزاندن خلبان اردنی در سال ۲۰۱۵)، حمله به غیرنظامیان در بازارها و اماکن عمومی، و استفاده از گازهای شیمیایی ممنوعه (مانند گاز کلر در سوریه)، مرتکب جنایات جنگی شده است.

تخریب اماکن فرهنگی، مانند معابد باستانی پالمیرا و مساجد تاریخی موصل، نقض کنوانسیون ۱۹۵۴ لاهه برای حفاظت از اموال فرهنگی در مخاصمات مسلحانه است(ویلسون،۲۰۲۳:۱۰۱).

---

[۱]- ICC

[۲] -UNHCHR

[۳] -Smith

گزارش سازمان ملل[۱] در سال ۲۰۲۱ این اقدامات را به‌عنوان مصداق جنایات جنگی تأیید کرده و بر مسئولیت کیفری فردی اعضای داعش تأکید دارد. این جنایات به دلیل وقوع در چارچوب یک درگیری مسلحانه غیربین‌المللی (بر اساس کنوانسیون‌های ژنو، پروتکل دوم ۱۹۷۷) قابل پیگرد هستند.

۳. نسل‌کشی

نسل‌کشی، طبق ماده ۶ اساسنامه رم، به اقداماتی گفته می‌شود که با قصد نابودی کامل یا جزئی یک گروه قومی، نژادی، یا مذهبی انجام شوند. اقدامات داعش علیه ایزدی‌ها در سنجار (عراق) در سال ۲۰۱۴، شامل قتل‌عام مردان، اسارت زنان و کودکان، و تخریب اماکن مذهبی ایزدی، به‌عنوان نسل‌کشی شناسایی شده است. گزارش سازمان ملل در سال ۲۰۲۱ این اقدامات را به دلیل قصد آشکار داعش برای نابودی هویت ایزدی‌ها مصداق نسل‌کشی دانست .

این جنایت نقض کنوانسیون پیشگیری و مجازات نسل‌کشی (۱۹۴۸) است و مسئولیت کیفری فردی و جمعی (برای رهبران داعش) را به دنبال دارد. با این حال، فقدان اقدام قاطع دیوان کیفری بین‌المللی برای محاکمه عاملان، یکی از چالش‌های اجرای عدالت است.

٤. نقض منشور ملل متحد

اقدامات داعش، به‌ویژه عملیات تروریستی و کنترل سرزمین‌های عراق و سوریه، نقض ماده ۲(۴) منشور ملل متحد است که استفاده یا تهدید به زور علیه تمامیت ارضی و استقلال سیاسی دولت‌ها را ممنوع می‌کند. این گروه با ایجاد رعب و وحشت و بی‌ثبات‌سازی منطقه، اصل حاکمیت برابر دولت‌ها را نقض کرده است(ویلسون[۲]،۲۰۲۳:۹۰). علاوه بر این، اقدامات داعش پیامدهای گسترده‌ای برای غیرنظامیان، از جمله خسارات فیزیکی، روانی، و اجتماعی، داشته که نقض اصول حقوق بشر بین‌المللی است(گراسیا[۳]،۲۰۲۰:۶۷). ,

۵. جبران خسارات

حقوق بین‌الملل، به‌ویژه اصول حقوق بشردوستانه، دولت‌ها و گروه‌های مسلح را به جبران

---

[۱] -UNHCHR, ۲۰۲۱: ۳۰

[۲] -Wilson

[۳] گارسیا-

خسارات مادی و معنوی قربانیان ملزم می‌کند. اقدامات داعش، مانند تخریب زیرساخت‌ها، اموال شخصی، و میراث فرهنگی، خسارات گسترده‌ای به جوامع محلی وارد کرده است. مفهوم خسارت معنوی، که شامل رنج‌های روانی و اجتماعی است، در دیوان کیفری بین‌المللی به رسمیت شناخته شده، اما پیچیدگی‌های اجرایی آن، به‌ویژه برای قربانیان داعش، همچنان مورد بحث است(گراسیا، ۲۰۲۰ :۷۰). گزارش‌های سازمان ملل[۱] بر ضرورت ایجاد صندوق‌های جبران خسارت برای قربانیان تأکید دارند، اما فقدان منابع مالی و همکاری بین‌المللی این فرآیند را مختل کرده است .

٦. چالش‌های اجرای عدالت

با وجود شواهد گسترده از جنایات داعش، جامعه بین‌المللی در محاکمه و مجازات عاملان این جنایات با چالش‌هایی مواجه است. دیوان کیفری بین‌المللی به دلیل محدودیت‌های صلاحیتی (عراق و سوریه عضو اساسنامه رم نیستند) نتوانسته است به‌طور کامل به این جنایات رسیدگی کند(جانسون،۲۰۲۳ :۸۹). همچنین، فقدان هماهنگی میان دولت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی در جمع‌آوری شواهد و پیگرد قانونی، اجرای عدالت را دشوار کرده است. با این حال، محاکمه برخی اعضای داعش در دادگاه‌های ملی (مانند عراق و آلمان) نشان‌دهنده تلاش‌های محدود برای پاسخگویی است.

از منظر حقوق بین‌الملل، اقدامات داعش، شامل اعدام‌های دسته‌جمعی، نسل‌کشی، تخریب میراث فرهنگی، و تجاوز جنسی، به‌وضوح مصداق جنایات علیه بشریت، جنایات جنگی، و نسل‌کشی هستند و نقض اصول منشور ملل متحد و کنوانسیون‌های بین‌المللی را به دنبال دارند. این جنایات مسئولیت کیفری فردی و جمعی را برای اعضای داعش ایجاد کرده و جبران خسارات مادی و معنوی قربانیان را الزامی می‌کند. با این حال، چالش‌های صلاحیتی و اجرایی مانع از تحقق کامل عدالت شده‌اند. تقویت همکاری بین‌المللی و استفاده از مکانیسم‌های قضایی جهانی، مانند دیوان کیفری بین‌المللی، برای پاسخگویی به این جنایات ضروری است.

---

[۱]- UNHCHR

ماهیت اقدامات داعش در حقوق موضوعه ایران و حقوق بین‌الملل

اقدامات خشونت‌آمیز داعش، شامل قتل‌عام، تخریب آثار باستانی، به اسارت گرفتن اقلیت‌ها، تجاوز جنسی، و عملیات انتحاری، از منظر حقوق موضوعه ایران و حقوق بین‌الملل دارای ماهیت مجرمانه بوده و مسئولیت کیفری و مدنی را برای مرتکبان به دنبال دارند. این اقدامات در ایران تحت عناوین مجرمانه‌ای مانند محاربه و افساد فی‌الارض و در حقوق بین‌الملل به‌عنوان جنایات علیه بشریت، جنایات جنگی، و نسل‌کشی بررسی می‌شوند. در ادامه، ماهیت این اقدامات از هر دو منظر تحلیل می‌شود.

۱. ماهیت اقدامات داعش در حقوق موضوعه ایران

در نظام حقوقی ایران، که مبتنی بر فقه اسلامی و قوانین موضوعه است، اقدامات داعش از دو بعد کیفری و مدنی قابل بررسی هستند. با این حال، فقدان تعریف مستقل جرم تروریسم در قوانین ایران، چالش‌هایی را در پیگرد این اقدامات ایجاد کرده است (قاسمی، ۲۰۲۱: ۱۲۰).

الف) مسئولیت کیفری

اقدامات داعش، مانند قتل غیرنظامیان، عملیات انتحاری، و تخریب اموال عمومی، می‌توانند تحت عناوین مجرمانه زیر در قانون مجازات اسلامی ایران (مصوب ۱۳۹۲) بررسی شوند:

محاربه: طبق ماده ۲۷۹ قانون مجازات اسلامی، محاربه به معنای «کشیدن سلاح به‌قصد جان، مال یا ناموس مردم یا ارعاب آن‌ها به‌نحوی که موجب ناامنی شود» است. اعدام‌های دسته‌جمعی و عملیات انتحاری داعش مصداق بارز محاربه بوده و مجازات آن اعدام، صلب، قطع دست و پا، یا تبعید است (قانون مجازات اسلامی، ۱۳۹۲: ماده ۲۸۲).

افساد فی‌الارض: ماده ۲۸۶ این قانون، اقداماتی مانند «جنایت علیه تمامیت جسمانی افراد، جرائم علیه امنیت داخلی یا خارجی، و نشر اکاذیب یا تشویش اذهان عمومی به‌صورت گسترده» را افساد فی‌الارض می‌داند. اقدامات داعش، مانند نسل‌کشی ایزدی‌ها و تخریب اماکن فرهنگی، به دلیل ایجاد ناامنی گسترده، در این چارچوب قرار می‌گیرند (رضایی، ۲۰۲۳: ۵۵).

قتل عمد: قتل غیرنظامیان توسط داعش تحت ماده ۲۹۰ (قتل عمد) قابل پیگرد بوده و مجازات آن قصاص است، مشروط به اثبات قصد و عمد (قاسمی، ۲۰۲۱: ۱۲۲).

با این حال، فقدان تعریف مشخص تروریسم در قوانین ایران و عدم الحاق به برخی اسناد

بین‌المللی ضدتروریسم (مانند کنوانسیون پالرمو) محدودیت‌هایی در پیگرد مؤثر این اقدامات ایجاد کرده است. رحیمی (۲۰۲۳) استدلال می‌کند که عناوین سنتی مانند محاربه برای پوشش کامل جنایات پیچیده داعش کافی نبوده و تدوین قانون جامع ضدتروریسم ضروری است (رحیمی، ۲۰۲۳: ۱۰۲).

ب) مسئولیت مدنی

از منظر مسئولیت مدنی، اقدامات داعش، مانند تخریب اموال، قتل، و ایجاد خسارات روانی به قربانیان، مسئولیت جبران خسارت را به دنبال دارد. قواعد فقهی مانند «لاضرر»، «اتلاف» (ماده ۳۲۸ قانون مدنی: هرکس مال دیگری را تلف کند، ضامن است)، و «تسبیب» (ماده ۳۳۱ قانون مدنی: ایجاد مقدمات ضرر) مبنای جبران خسارات مادی و معنوی هستند. نظریه‌های حقوقی مانند «تقصیر» و «خطر» نیز مسئولیت داعش را برای جبران خسارات قربانیان تأیید می‌کنند (رضایی، ۲۰۲۳: ۵۸).

با این حال، اجرای مسئولیت مدنی در ایران با موانعی مانند شناسایی عاملان، توقیف اموال، و پیچیدگی‌های جبران خسارات معنوی مواجه است. برای مثال، خسارات روانی به ایزدی‌ها یا تخریب اماکن تاریخی نیازمند سازوکارهای قضایی خاصی است که در قوانین کنونی به‌طور کامل پیش‌بینی نشده‌اند (قاسمی، ۲۰۲۱: ۱۲۵).

۲. ماهیت اقدامات داعش در حقوق بین‌الملل

در حقوق بین‌الملل، اقدامات داعش در چارچوب حقوق بشردوستانه (کنوانسیون‌های ژنو) و حقوق کیفری بین‌المللی (اساسنامه رم دیوان کیفری بین‌المللی) به‌عنوان جنایات سنگین طبقه‌بندی می‌شوند و مسئولیت کیفری فردی و جمعی را به دنبال دارند.

الف) جنایات علیه بشریت

طبق ماده ۷ اساسنامه رم، جنایات علیه بشریت شامل اقداماتی مانند قتل، بردگی، تجاوز، و کوچ اجباری است که به‌صورت گسترده و سیستماتیک علیه غیرنظامیان انجام شوند. اعدام‌های

دسته‌جمعی داعش (مانند قتل‌عام شیعیان در اسپایکر، ۲۰۱۴)، اسارت و تجاوز به زنان ایزدی، و کوچ اجباری اقلیت‌ها مصداق این جنایات هستند. گزارش سازمان ملل[۱] در سال ۲۰۲۱ این اقدامات را به دلیل برنامه‌ریزی توسط رهبری داعش و هدف‌گیری گروه‌های مذهبی خاص، جنایت علیه بشریت دانست .

ب) جنایات جنگی

ماده ۸ اساسنامه رم جنایات جنگی را شامل حملات به غیرنظامیان، تخریب اماکن فرهنگی، و رفتار غیرانسانی با اسیران می‌داند. اقدامات داعش، مانند قتل اسیران جنگی (سوزاندن خلبان اردنی، ۲۰۱۵)، تخریب پالمیرا و مساجد تاریخی موصل، و استفاده از گازهای شیمیایی ممنوعه (مانند گاز کلر در سوریه)، نقض کنوانسیون‌های ژنو (۱۹۴۹) و پروتکل دوم (۱۹۷۷) هستند . تخریب اماکن فرهنگی همچنین نقض کنوانسیون ۱۹۵۴ لاهه برای حفاظت از اموال فرهنگی است.

ج) نسل‌کشی

طبق ماده ۶ اساسنامه رم، نسل‌کشی به اقداماتی با قصد نابودی کامل یا جزئی یک گروه قومی، نژادی، یا مذهبی گفته می‌شود. قتل‌عام ایزدی‌ها در سنجار (۲۰۱۴)، اسارت زنان و کودکان، و تخریب اماکن مذهبی ایزدی مصداق نسل‌کشی است. گزارش سازمان ملل این اقدامات را به دلیل قصد آشکار داعش برای نابودی هویت ایزدی‌ها تأیید کرد این جنایت نقض کنوانسیون پیشگیری و مجازات نسل‌کشی (۱۹۴۸) بوده و مسئولیت کیفری سنگینی به دنبال دارد.

د) نقض منشور ملل متحد

اقدامات داعش، مانند کنترل سرزمین‌های عراق و سوریه و ایجاد رعب و وحشت، نقض ماده ۲(۴) منشور ملل متحد (منع استفاده یا تهدید به زور علیه تمامیت ارضی دولت‌ها) است. این اقدامات اصل حاکمیت دولت‌ها را تضعیف کرده و پیامدهای گسترده‌ای برای غیرنظامیان داشته است (اسمیت، ۲۰۲۲:۱۱۵).

---

[۱]- UNHCHR

ه) جبران خسارات

حقوق بین‌الملل جبران خسارات مادی و معنوی قربانیان را الزامی می‌داند. تخریب زیرساخت‌ها، اموال شخصی، و میراث فرهنگی توسط داعش خسارات گسترده‌ای ایجاد کرده است. مفهوم خسارت معنوی (رنج‌های روانی و اجتماعی) در دیوان کیفری بین‌المللی به رسمیت شناخته شده، اما اجرای آن به دلیل فقدان منابع مالی و همکاری بین‌المللی با چالش مواجه است (گارسیا،۲۰۲۲: ۶۳). گزارش‌های سازمان ملل بر ایجاد صندوق‌های جبران خسارت تأکید دارند.

۳. مقایسه و چالش‌ها

در حقوق موضوعه ایران، اقدامات داعش تحت عناوین سنتی مانند محاربه و قتل عمد قابل پیگرد هستند، اما فقدان قانون جامع ضدتروریسم و محدودیت‌های اجرایی، مانند شناسایی عاملان و جبران خسارات، موانع جدی ایجاد کرده است. در مقابل، حقوق بین‌الملل چارچوب مشخصی برای طبقه‌بندی این اقدامات به‌عنوان جنایات علیه بشریت، جنایات جنگی، و نسل‌کشی ارائه می‌دهد، اما محدودیت‌های صلاحیتی دیوان کیفری بین‌المللی (عدم عضویت عراق و سوریه در اساسنامه رم) و فقدان هماهنگی جهانی اجرای عدالت را دشوار کرده است (جانسون۸۹:۲۰۲۳).

تعامل فقه و حقوق عرفی در ایران، که مبنای قوانین کیفری و مدنی است، می‌تواند با اسناد بین‌المللی هم‌راستا شود، مشروط به اینکه مغایرتی با شرع نداشته باشند. برای مثال، قاعده «لاضرر» در فقه با اصل جبران خسارات در حقوق بین‌الملل سازگار است، اما تفاوت در تعریف خسارت معنوی و اجرای آن چالش‌هایی ایجاد می‌کند (رضایی، ۲۰۲۳: ۶۰).

اقدامات داعش در حقوق موضوعه ایران تحت عناوین محاربه، افساد فی‌الارض، و قتل عمد دارای ماهیت مجرمانه بوده و مسئولیت کیفری و مدنی را به دنبال دارند، اما خلأهای قانونی و اجرایی موانعی جدی ایجاد کرده‌اند. در حقوق بین‌الملل، این اقدامات به‌عنوان جنایات علیه بشریت، جنایات جنگی، و نسل‌کشی طبقه‌بندی شده و نقض اصول منشور ملل متحد هستند، اما چالش‌های صلاحیتی و اجرایی مانع تحقق کامل عدالت شده‌اند. تقویت قوانین داخلی ایران و همکاری بین‌المللی برای محاکمه عاملان و جبران خسارات قربانیان ضروری است.

یافته‌های پژوهش

این پژوهش با هدف بررسی رفتارهای خشونت‌آمیز داعش، شامل تکفیر، قتل‌عام، استرقاق، تخریب آثار باستانی، و عملیات انتحاری، از منظر فقه اسلامی، حقوق بین‌الملل، حقوق موضوعه ایران، و عوامل فرهنگی-اجتماعی انجام شد. تحلیل داده‌ها با روش کیفی و بررسی اسناد (۲۰۲۰-۲۰۲۵) به نتایج زیر منجر شد:

۱. مغایرت اقدامات داعش با فقه اسلامی

اقدامات داعش با اصول فقه اسلامی (شیعه و سنی) ناسازگار است:

تکفیر و قتل غیرنظامیان: توجیه قتل با آیاتی مانند «وَقَاتِلُوهُمْ حَتَّى لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ» (بقره: ۱۹۳) به دلیل نقض قاعده «لاضرر» و اصل «حرمهٔ الدم» غیرمشروع است (احمدی، ۲۰۲۱: ۵۰).

استرقاق: اسارت زنان ایزدی با استناد به احکام سنتی، مغایر با قاعده «تسبیب» و اصل کرامت انسانی (آیه «وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ»، اسراء: ۷۰) است (محمدی، ۲۰۲۰: ۸۰).

تخریب آثار باستانی: تخریب پالمیرا و موصل با قاعده «اتلاف» و حفظ اموال عمومی (آیه «وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ»، اعراف: ۵۶) ناسازگار است (علوی، ۲۰۲۲: ۶۵).

قتل اسیران و عملیات انتحاری: این اقدامات با احکام جهاد (آیه «فَإِمَّا مَنًّا بَعْدُ وَإِمَّا فِدَاءً»، محمد: ۴) و ممنوعیت خودکشی (آیه «وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ»، نساء: ۲۹) مغایرند (موسوی، ۲۰۲۰: ۹۵).

یافته‌ها نشان می‌دهند که تفاسیر ظاهرگرایانه داعش از متون دینی فاقد اعتبار فقهی بوده و علمای شیعه و سنی این اقدامات را محکوم کرده‌اند (الطیب، ۲۰۲۰: ۵۰).

۲. ماهیت مجرمانه در حقوق بین‌الملل

اقدامات داعش در حقوق بین‌الملل به‌عنوان جنایات سنگین طبقه‌بندی می‌شوند:

جنایات علیه بشریت: اعدام‌های دسته‌جمعی، تجاوز به ایزدی‌ها، و کوچ اجباری اقلیت‌ها مصداق ماده ۷ اساسنامه رم هستند

جنایات جنگی: قتل اسیران، تخریب اماکن فرهنگی (پالمیرا)، و استفاده از سلاح‌های شیمیایی نقض کنوانسیون‌های ژنو و ماده ۸ اساسنامه رم است .

نسل‌کشی: قتل‌عام ایزدی‌ها با قصد نابودی هویت قومی-مذهبی مصداق ماده ۶ اساسنامه رم است.

نقض منشور ملل متحد: کنترل سرزمین‌ها و ایجاد رعب، ماده ۲(۴) منشور (منع زور) را نقض

می‌کند .

جبران خسارات مادی و معنوی الزامی است، اما محدودیت‌های صلاحیتی دیوان کیفری بین‌المللی (عدم عضویت عراق و سوریه) و فقدان همکاری جهانی اجرای عدالت را دشوار کرده است .

۳. ماهیت حقوقی در حقوق موضوعه ایران

در حقوق ایران، اقدامات داعش مسئولیت کیفری و مدنی ایجاد می‌کنند:

مسئولیت کیفری: قتل غیرن نظامیان، عملیات انتحاری، و تخریب اموال تحت عناوین محاربه (ماده ۲۷۹ قانون مجازات اسلامی: اعدام، صلب، یا تبعید)، افساد فی‌الارض (ماده ۲۸۶: اعدام)، و قتل عمد (ماده ۲۹۰: قصاص) قابل پیگرد هستند. با این حال، نبود تعریف مستقل جرم تروریسم و مشکلات شناسایی عاملان، پیگرد را محدود کرده است (قاسمی، ۲۰۲۱: ۱۲۲).

مسئولیت مدنی: قواعد فقهی «لاضرر»، «اتلاف» (ماده ۳۲۸ قانون مدنی)، و «تسبیب» (ماده ۳۳۱) و نظریه‌های حقوقی «تقصیر» و «خطر» جبران خسارات مادی (تخریب اموال) و معنوی (رنج روانی) را الزامی می‌کنند، اما فقدان سازوکارهای اجرایی و پیچیدگی‌های اثبات خسارت معنوی موانع اصلی هستند (رضایی، ۲۰۲۳: ۵۸).

یافته‌ها نشان می‌دهند که خلأ قانونی در جرم‌انگاری تروریسم و عدم الحاق به برخی اسناد بین‌المللی (مانند کنوانسیون پالرمو) اثربخشی سیاست کیفری ایران را کاهش داده است (رحیمی، ۲۰۲۳: ۱۰۴).

٤. عوامل اجتماعی و فرهنگی ظهور داعش

تحلیل عوامل اجتماعی نشان داد که داعش از شرایط مساعد اجتماعی بهره‌برداری کرد:

بی‌ثباتی سیاسی: جنگ داخلی سوریه و سیاست‌های تبعیض‌آمیز در عراق خلأ قدرتی ایجاد کرد که داعش برای جذب نیرو و کنترل سرزمین از آن استفاده کرد .

فقر و نابرابری: بیکاری و حاشیه‌نشینی در مناطق مانند الانبار و رقه افراد را به وعده‌های مالی داعش جلب کرد (الحسینی، ۲۰۲۲: ۵۶).

فقدان آموزش دینی: ضعف نهادهای دینی در ارائه تفاسیر معتدل، به داعش امکان داد تا با

تبلیغات آنلاین در پلتفرم‌هایی مانند X، افراد کم‌سواد دینی را جذب کند .
تبعیض قومی-مذهبی: محرومیت سنی‌ها در عراق و اقلیت‌ها در سوریه نارضایتی‌هایی ایجاد کرد که داعش از آن بهره‌برداری کرد.
جهانی‌سازی: تبلیغات رسانه‌ای داعش حس تعلق را به جوانان ناامید القا کرد .
این عوامل تأیید می‌کنند که داعش از شکاف‌های اجتماعی و فرهنگی برای گسترش ایدئولوژی خود استفاده کرد.

۵. دادگاه‌های صالح و ضمانت اجراها

حقوق ایران:

دادگاه‌های صالح: دادگاه کیفری یک و دادگاه انقلاب برای جرائم کیفری (مواد ۲۹۶ و ۳۰۳ قانون آیین دادرسی کیفری) و دادگاه‌های عمومی حقوقی برای دعاوی مدنی صلاحیت دارند .
ضمانت اجراهای کیفری: اعدام، قصاص، و حبس برای محاربه، افساد فی‌الارض، و قتل عمد پیش‌بینی شده، اما مشکلات اجرایی مانند شناسایی عاملان مانع هستند .
ضمانت اجراهای مدنی: جبران خسارات مادی و معنوی الزامی است، اما نبود سازوکارهای قضایی مؤثر چالش ایجاد کرده است .

حقوق بین‌الملل:

دادگاه‌های صالح: دیوان کیفری بین‌المللی (با محدودیت صلاحیتی)، دادگاه‌های ملی (تحت صلاحیت جهانی)، و دادگاه‌های ویژه پیشنهادی صلاحیت دارند.
ضمانت اجراهای کیفری: حبس طولانی‌مدت برای جنایات علیه بشریت، جنایات جنگی، و نسل‌کشی (ماده ۷۷ اساسنامه رم). فقدان ارجاع شورای امنیت مانع است .
ضمانت اجراهای مدنی: جبران خسارات مادی و معنوی تحت قطعنامه‌های سازمان ملل الزامی است، اما فقدان منابع مالی داعش مانع اجرای آن است.
اقدامات داعش از منظر فقه اسلامی به دلیل نقض قواعد لاضرر، اتلاف، و کرامت انسانی غیرمشروع هستند. در حقوق بین‌الملل، این اقدامات جنایات علیه بشریت، جنایات جنگی، و نسل‌کشی بوده و نقض منشور ملل متحد هستند. در حقوق ایران، عناوین محاربه و افساد

فی‌الارض اعمال می‌شوند، اما خلأهای قانونی مانع اثربخشی هستند. عوامل اجتماعی مانند بی‌ثباتی، فقر، و فقدان آموزش دینی زمینه‌ساز ظهور داعش بودند. دادگاه‌های صالح شناسایی شدند، اما موانع اجرایی نیازمند اصلاح قوانین، همکاری بین‌المللی، و تقویت مکانیسم‌های جبران خسارت هستند.

بحث و نتیجه‌گیری:

پژوهش حاضر با هدف بررسی رفتارهای خشونت‌آمیز داعش، شامل تکفیر، قتل‌عام، استرقاق، تخریب آثار باستانی، و عملیات انتحاری، از منظر فقه اسلامی (شیعه و سنی)، حقوق بین‌الملل، حقوق موضوعه ایران، و عوامل فرهنگی–اجتماعی انجام شد. یافته‌ها تأیید کردند که این اقدامات از منظر فقهی، حقوقی، و اجتماعی غیرمشروع بوده و ریشه در انحرافات دینی و شرایط اجتماعی مساعد دارند. در ادامه، یافته‌ها تفسیر شده و نتایج کلی ارائه می‌شوند.

انحرافات فقهی: یافته‌ها نشان داد که توجیهات داعش برای اقداماتش، مانند تکفیر و استرقاق، با قواعد فقهی مانند «لاضرر»، «اتلاف»، و اصل کرامت انسانی (آیه «وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ»، اسراء: ۷۰) مغایر است (احمدی، ۲۰۲۱: ۵۰). این انحرافات نتیجه تفاسیر ظاهرگرایانه و گزینشی از متون دینی است که بدون توجه به سیاق تاریخی و شرایط شرعی اعمال شده‌اند (محمدی، ۲۰۲۰: ۸۰). محکومیت یکپارچه این اقدامات توسط علمای شیعه و سنی (الطیب، ۲۰۲۰: ۵۰) فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر ناسازگاری اقدامات داعش با فقه اسلامی را تأیید می‌کند. این یافته بر ضرورت آموزش دینی معتدل برای پیشگیری از سوءاستفاده از متون دینی تأکید دارد.

ماهیت حقوقی در حقوق بین‌الملل: اقدامات داعش، از جمله اعدام‌های دسته‌جمعی، نسل‌کشی ایزدی‌ها، و تخریب پالمیرا، مصداق جنایات علیه بشریت (ماده ۷ اساسنامه رم)، جنایات جنگی (ماده ۸)، و نسل‌کشی (ماده ۶) هستند . این جنایات نقض منشور ملل متحد (ماده ۲(۴)) بوده و جبران خسارات مادی و معنوی را الزامی می‌کنند. با این حال، محدودیت‌های صلاحیتی دیوان کیفری بین‌المللی به دلیل عدم عضویت عراق و سوریه در اساسنامه رم، اجرای عدالت را دشوار کرده است . این یافته فرضیه پژوهش مبنی بر مغایرت اقدامات داعش با حقوق بین‌الملل را تأیید می‌کند، اما بر نیاز به همکاری بین‌المللی برای محاکمه عاملان تأکید دارد.

ماهیت حقوقی در حقوق ایران: در حقوق موضوعه ایران، اقدامات داعش تحت عناوین محاربه

(ماده ۲۷۹ قانون مجازات اسلامی)، افساد فی‌الارض (ماده ۲۸۶)، و قتل عمد (ماده ۲۹۰) قابل پیگرد هستند، اما فقدان قانون جامع ضدتروریسم و مشکلات اجرایی، مانند شناسایی عاملان، اثربخشی را کاهش داده است (قاسمی، ۲۰۲۱: ۱۲۲). در حوزه مدنی، قواعد فقهی «لاضرر» و «اتلاف» (ماده ۳۲۸ قانون مدنی) جبران خسارات را الزامی می‌کنند، اما نبود سازوکارهای قضایی مؤثر مانع است (رضایی، ۲۰۲۳: ۵۸). این یافته فرضیه خلأهای قانونی در ایران را تأیید کرده و بر ضرورت اصلاح قوانین کیفری تأکید دارد.

عوامل اجتماعی: بی‌ثباتی سیاسی (جنگ داخلی سوریه و سیاست‌های تبعیض‌آمیز در عراق)، فقر و حاشیه‌نشینی، فقدان آموزش دینی صحیح، تبعیض قومی-مذهبی، و تبلیغات رسانه‌ای داعش در پلتفرم‌هایی مانند **X** زمینه‌ساز ظهور این گروه بودند (الحسینی، ۲۰۲۲: ۵۶). این یافته فرضیه پژوهش مبنی بر نقش عوامل اجتماعی در گسترش افراط‌گرایی را تأیید می‌کند و نشان می‌دهد که داعش از شکاف‌های اجتماعی برای جذب نیرو بهره‌برداری کرد.

دادگاه‌های صالح و ضمانت اجراها: در ایران، دادگاه‌های کیفری یک، انقلاب، و عمومی حقوقی صلاحیت دارند، اما موانع اجرایی مانع هستند. در حقوق بین‌الملل، دیوان کیفری بین‌المللی و دادگاه‌های ملی (تحت صلاحیت جهانی) صلاحیت دارند، اما محدودیت‌های صلاحیتی چالش ایجاد کرده‌اند . ضمانت اجراهای کیفری (اعدام و حبس در ایران؛ حبس طولانی در حقوق بین‌الملل) و مدنی (جبران خسارات) پیش‌بینی شده‌اند، اما اجرای آن‌ها نیازمند سازوکارهای قوی‌تر است .

اهداف پژوهش شامل تحلیل فقهی، حقوقی، و اجتماعی اقدامات داعش و ارائه راهکارهای پیشگیری بود. یافته‌ها این اهداف را محقق کرده و نشان دادند که اقدامات داعش با فقه اسلامی و حقوق بین‌الملل مغایر است، در ایران چالش‌های قانونی وجود دارد، و عوامل اجتماعی نقش کلیدی در ظهور داعش داشتند. فرضیه اصلی (ناسازگاری اقدامات داعش با فقه و حقوق) و فرضیه‌های فرعی (انحرافات فقهی، خلأهای قانونی، نقش عوامل اجتماعی) همگی تأیید شدند.

فهرست منابع

احمدی، ع. (۲۰۲۱). ***تحلیل فقهی اقدامات داعش در خاورمیانه. تهران***: انتشارات دانشگاه تهران.

الحسینی، خ. (۲۰۲۲). آثار الإرهاب علی المجتمعات المحلیة: دراسة حالة الیزیدیین. ***مجلة الدراسات الاجتماعیة***, ۱۵(۱), ۵۰-۶۵.

الطیب، أ. (۲۰۲۰). الإسلام والتطرف: منظور فقهی. مطبعة جامعة الأزهر.

رحیمی، م. (۲۰۲۳). ***سیاست کیفری ایران در قبال تروریسم: چالش‌ها و راهکارها***. تهران: انتشارات میزان.

رضایی، س. (۲۰۲۳). مسئولیت مدنی در فقه و حقوق ایران. ***مجله حقوق تطبیقی***, ۸(۱), ۵۰-۶۵.

علوی، م. (۲۰۲۲). فقه و میراث فرهنگی: بررسی تخریب آثار باستانی توسط داعش. ***مجله فقه و حقوق اسلامی***, ۱۲(۲), ۶۰-۷۵.

قاسمی، ر. (۲۰۲۱). خلأهای قانونی در مقابله با تروریسم در ایران. ***مجله حقوقی بین‌المللی***, ۱۵(۳), ۱۱۰-۱۳۰.

قانون آیین دادرسی کیفری. (۱۳۹۲). انتشارات رسمی جمهوری اسلامی ایران.

قانون مجازات اسلامی. (۱۳۹۲). انتشارات رسمی جمهوری اسلامی ایران.

محمدی، ح. (۲۰۲۰). ***داعش و انحرافات فقهی: بررسی استرقاق در فقه اسلامی***. تهران: انتشارات دارالفقه.

موسوی، س. ا. (۲۰۲۰). قواعد فقهی و مسئولیت کیفری در اقدامات داعش. ***مجله مطالعات فقهی***, ۱۰(۱), ۸۵-۱۰۰.

۱. Amnesty International. (۲۰۲۲). *Justice delayed: Prosecuting ISIS crimes*.
۲. Garcia, M. (۲۰۲۰). Moral damages in international law: The case of ISIS victims. *International Criminal Law Review, ۲۰*(۳), ۶۰–۸۰. https://doi.org/۱۰.۱۱۶۳/۱۵۷۱۸۱۲۳-۰۲۰۰۳۰۰۲
۳. Hassan, O. (۲۰۲۱). ISIS and the misuse of Islamic jurisprudence. *Middle East Journal, ۷۵*(۱), ۱۲۰–۱۴۰. https://doi.org/۱۰.۳۷۵۱/۷۵.۱.۱۵

۴. International Criminal Court. (۲۰۲۱). *Report on crimes committed by ISIS*.
۵. Johnson, P. (۲۰۲۳). Iran and the ICC: Prospects for accession. *International Law Studies, ۹۹*(۱), ۸۰–۹۵.
۶. Smith, J. (۲۰۲۲). *ISIS crimes and international humanitarian law*. Oxford University Press.
۷. United Nations High Commissioner for Human Rights. (۲۰۲۱). *Report on human rights violations by ISIS*. United Nations.
۸. Wilson, E. (۲۰۲۳). Cultural heritage destruction by ISIS: Legal implications. *Journal of Cultural Property Law, ۲۵*(۱), ۹۰–۱۱۰. https://doi.org/۱۰.۱۰۱۷/jcpl.۲۰۲۳.۰۰۱

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ۲۳۵-۲۰۲
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

بررسی چالش ها و موانع توسعه گردشگری آبی در استان خوزستان (به تفکیک دریا، تالاب، رودخانه و سدها) با رویکرد تحلیل سلسه مراتبی

مرتضی مرادی[۱]
حمید آسایش[۲]
مهدی کمالی[۳]
مهدی زاهد غروی[٤]

(تاریخ دریافت۲۵ /۱۴۰۴/۳ ـ تاریخ تصویب ۱۴۰۴/۶/۳)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
این پژوهش با هدف بررسی چالش‌ها و موانع توسعه گردشگری آبی در استان خوزستان، به تفکیک منابع آبی (دریا، تالاب، رودخانه و سدها) و با استفاده از رویکرد تحلیل سلسله‌مراتبی (**AHP**) انجام شده است. خوزستان با دارا بودن خلیج فارس، تالاب‌های هورالعظیم و شادگان،

[۱]- گروه اقتصاد، واحد الیگودرز، دانشگاه آزاد اسلامی، الیگودرز، ایران.
[۲]- گروه اقتصاد، دانشکده علوم انسانی. دانشگاه آیت الله بروجردی. بروجرد. ایران(نویسنده مسئول).
Hamid.asayesh@abru.ac.ir
[۳]- گروه اقتصاد، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران.
[٤]- گروه اقتصاد، دانشکده علوم انسانی. دانشگاه آیت الله بروجردی. بروجرد، ایران.

رودخانه‌های کارون و کرخه، و سدهای بزرگ، پتانسیل بالایی برای گردشگری آبی دارد، اما موانع متعددی توسعه این صنعت را محدود کرده‌اند. چالش‌ها در پنج دسته زیست‌محیطی، اقتصادی، زیرساختی، اجتماعی-فرهنگی و حقوقی شناسایی شدند. آلودگی آب ناشی از فاضلاب‌های صنعتی و کشاورزی، خشک‌شدن تالاب‌ها، کمبود زیرساخت‌هایی مانند اسکله‌های مدرن و مسیرهای دسترسی، مقاومت جوامع محلی، و قوانین پیچیده مالکیت منابع آبی از مهم‌ترین موانع هستند. با استفاده از روش **AHP** و پرسشنامه‌های مقایسه زوجی که توسط ۸۸۲ متخصص گردشگری تکمیل شد، چالش‌ها اولویت‌بندی شدند. نتایج نشان داد که چالش‌های اقتصادی (مانند کمبود سرمایه‌گذاری) و زیست‌محیطی (مانند آلودگی و کاهش تنوع زیستی) مهم‌ترین موانع در هر چهار حوزه هستند. پیشنهادات شامل تقویت مدیریت یکپارچه منابع آبی، تشویق سرمایه‌گذاری خصوصی، پاکسازی آلودگی‌ها، آموزش جوامع محلی، توسعه بازاریابی دیجیتال، و اصلاح قوانین حقوقی است. این راهکارها می‌توانند خوزستان را به قطب گردشگری آبی ایران تبدیل کنند، اشتغال‌زایی (تا ۷۵۰۰ شغل مستقیم) را تقویت کرده و به توسعه پایدار و اهداف برنامه هفتم توسعه کمک کنند.

کلمات کلیدی: گردشگری آبی، خوزستان، تحلیل سلسله‌مراتبی (**AHP**)، چالش‌های زیست‌محیطی، اقتصادی، زیرساختی.

مقدمه

گردشگری به عنوان یکی از صنایع پیشران اقتصاد جهانی، نقش محوری در ایجاد اشتغال، افزایش درآمدهای ارزی و تقویت توسعه پایدار ایفا می‌کند. بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری[۱] **(۲۰۲۳)** ، صنعت گردشگری در سال ۲۰۲۲ بیش از ۱.۵ میلیارد سفر بین‌المللی را ثبت کرد و سهم آن در تولید ناخالص داخلی جهانی به حدود ۱۰ درصد رسید. این صنعت نه تنها از طریق تبادل فرهنگی و اجتماعی به غنی‌سازی جوامع کمک می‌کند، بلکه با بهره‌برداری از

---

۱ -UNWTO

منابع طبیعی، به حفظ و مدیریت پایدار محیط زیست نیز یاری می‌رساند(شورای جهانی مسافرت و گردشگری[۱]، ۲۰۲۲).در کشورهای در حال توسعه، گردشگری به عنوان ابزاری برای کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای و ایجاد فرصت‌های اقتصادی در مناطق حاشیه‌ای عمل می‌کند. در ایران، با دارا بودن تنوع جغرافیایی و فرهنگی، گردشگری پتانسیل بالایی برای رشد دارد؛ با این حال، سهم آن از اقتصاد ملی تنها حدود ۴-۵ درصد است (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۲). استان خوزستان، به عنوان یکی از غنی‌ترین مناطق از نظر منابع طبیعی، می‌تواند با تمرکز بر گردشگری، به عنوان قطب اقتصادی جنوب کشور عمل کند، اما توسعه این صنعت در آن با چالش‌های ساختاری و محیطی متعددی روبرو است. گردشگری آبی، به عنوان زیرشاخه‌ای از گردشگری طبیعت‌محور، به فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که بر پایه منابع آبی مانند دریاها، تالاب‌ها، رودخانه‌ها و سدها بنا شده‌اند. این نوع گردشگری شامل فعالیت‌هایی نظیر قایق‌رانی، ماهیگیری تفریحی، پرنده‌نگری و ورزش‌های آبی است که نه تنها جنبه تفریحی دارند، بلکه به آموزش زیست‌محیطی و حفظ اکوسیستم‌ها نیز کمک می‌کنند(اورامز[۲]، ۲۰۱۰). اهمیت گردشگری آبی در سطح جهانی، به ویژه در مناطقی با منابع آبی فراوان، از آن روست که بیش از ۵۰ درصد گردشگران بین‌المللی به مقاصد ساحلی و آبی تمایل دارند(سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۲۴).

در خاورمیانه، کشورهایی مانند امارات متحده عربی و عربستان سعودی با سرمایه‌گذاری در گردشگری آبی، موفقیت‌های چشمگیری کسب کرده‌اند؛ برای مثال، دبی با توسعه پارک‌های آبی و سواحل مصنوعی، سالانه میلیون‌ها گردشگر جذب می‌کند(گاسلینگ و هال[۳]، ۲۰۱۹). ر ایران، با حدود ۲۷۰۰ کیلومتر مرز آبی و رودخانه‌های متعدد، گردشگری آبی می‌تواند به عنوان موتور محرکه اقتصادی عمل کند، اما توسعه آن در استان‌هایی مانند خوزستان با موانع جدی مواجه است.

استان خوزستان، به عنوان پرآب‌ترین استان ایران، از منابع آبی متنوعی برخوردار است که

---

[۱]- WTTC

[۲] -Orams

[۳] -Gössling & Hall

پتانسیل بالایی برای گردشگری آبی ایجاد می‌کند. این استان با دسترسی به خلیج فارس در جنوب، تالاب‌های منحصربه‌فردی مانند هورالعظیم و شادگان، رودخانه‌های بزرگ کارون، کرخه و دز، و سدهای عظیم مانند سدهای دز، کرخه و کارون، می‌تواند مقصدی جذاب برای گردشگران داخلی و خارجی باشد. تالاب هورالعظیم، که بخشی از کنوانسیون رامسر است، با تنوع زیستی غنی شامل پرندگان مهاجر و گونه‌های گیاهی نادر، فرصتی برای اکوتوریسم فراهم می‌کند (سازمان حفاظت محیط زیست، ۱۴۰۱). رودخانه کارون، طولانی‌ترین رودخانه ایران، با مناظر طبیعی و تاریخی، قابلیت توسعه فعالیت‌هایی مانند رفتینگ و قایق‌رانی را دارد. سدهای خوزستان نیز با دریاچه‌های مصنوعی پشت آن‌ها، فضایی برای ماهیگیری و کمپینگ ایجاد می‌کنند. با وجود این پتانسیل‌ها، آمار بازدیدکنندگان از جاذبه‌های آبی خوزستان در سال ۱۴۰۲ تنها حدود ۵۰۰ هزار نفر بوده که نسبت به ظرفیت بالقوه، ناچیز است (اداره کل میراث فرهنگی خوزستان، ۱۴۰۲). این وضعیت، ریشه در چالش‌های متعدد توسعه گردشگری آبی دارد که بررسی آن‌ها ضروری است.

چالش‌های توسعه گردشگری آبی در خوزستان را می‌توان به دسته‌های زیست‌محیطی، اقتصادی، زیرساختی، اجتماعی-فرهنگی و حقوقی تقسیم کرد. از منظر زیست‌محیطی، آلودگی آب‌ها و تخریب اکوسیستم‌ها یکی از موانع اصلی است. رودخانه‌های خوزستان، به ویژه کارون، با ورود فاضلاب‌های صنعتی و کشاورزی، کیفیت آب خود را از دست داده‌اند؛ برای مثال، گزارش سازمان حفاظت محیط زیست (۱۴۰۰) نشان می‌دهد که سطح آلودگی کارون در برخی نقاط به بیش از ۲۰۰ درصد حد مجاز رسیده است. این آلودگی نه تنها سلامت گردشگران را تهدید می‌کند، بلکه تنوع زیستی تالاب‌ها را کاهش می‌دهد. در تالاب شادگان، خشک‌سالی‌های اخیر و برداشت بی‌رویه آب برای کشاورزی، مساحت تالاب را تا ۴۰ درصد کاهش داده و پرندگان مهاجر را دفع کرده است(کنوانسیون رامسر[۱]، ۲۰۲۲).برای گردشگری دریایی در خلیج فارس، چالش‌هایی مانند نفت‌ریزی‌های گاه‌به‌گاه و صید بی‌رویه، اکوسیستم‌های مرجانی را نابود می‌کنند و جذابیت سواحل را کم می‌کنند(برنامه برنامه اقدام منطقه‌ای برای دریای عرب و خلیج

[۱] -Ramsar Convention

فارس[۱]، ۲۰۲۰). در مورد سدها، رسوب‌گذاری و تغییرات سطح آب، امکانات تفریحی را محدود می‌سازد و خطر سیلاب را افزایش می‌دهد.

چالش‌های اقتصادی نیز توسعه گردشگری آبی را مختل می‌کنند. کمبود سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی، یکی از موانع کلیدی است. علی‌رغم برگزاری سه فراخوان جذب سرمایه‌گذار توسط اداره کل میراث فرهنگی خوزستان در سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱، تنها ۲۰ درصد پروژه‌های پیشنهادی اجرا شده‌اند (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۹). هزینه‌های بالای ساخت زیرساخت‌ها در مناطق دورافتاده، مانند دسترسی به تالاب هورالعظیم، سرمایه‌گذاران را دلسرد می‌کند. علاوه بر این، نوسانات ارزی و تورم، قیمت خدمات گردشگری را افزایش داده و تقاضای داخلی را کاهش می‌دهد. در گردشگری رودخانه‌ای، هزینه‌های نگهداری قایق‌ها و تجهیزات ایمنی، بدون حمایت مالی، برای اپراتورهای محلی غیرقابل تحمل است (فیروزی و همکاران، ۱۳۹۴). برای سدها، مسائل مالکیت و بهره‌برداری، که اغلب تحت کنترل وزارت نیرو است، مانع از سرمایه‌گذاری خصوصی در امکانات تفریحی می‌شود.

از دیدگاه زیرساختی، کمبود امکانات اقامتی، حمل‌ونقل و خدمات، چالش دیگری است. در سواحل خلیج فارس خوزستان، مانند بندر امام خمینی، نبود اسکله‌های مدرن و جاده‌های ایمن، دسترسی گردشگران را دشوار می‌کند. گزارش سازمان جهانی گردشگری[۲] (۲۰۲۳) تأکید می‌کند که زیرساخت‌های ضعیف، تا ۳۰ درصد پتانسیل گردشگری را هدر می‌دهد. در تالاب‌ها، نبود مسیرهای پیاده‌روی و مراکز اطلاع‌رسانی، بازدیدکنندگان را محدود به تورهای محدود می‌کند. رودخانه‌های کرخه و دز فاقد امکانات کمپینگ استاندارد هستند و سدها، با وجود پتانسیل، از تجهیزات تفریحی مانند سکوی‌های قایق‌رانی محروم‌اند. این کمبودها، به ویژه در فصول گرم خوزستان، ایمنی و راحتی گردشگران را تهدید می‌کند(بولالیس و لا[۳]، ۲۰۰۸).

چالش‌های اجتماعی-فرهنگی نیز قابل توجه هستند. عدم آگاهی محلی از مزایای گردشگری،

---

[۱] -UNEP

[۲] -WTTC

[۳] -Buhalis & Law

مقاومت جوامع بومی در برابر ورود گردشگران را ایجاد می‌کند. در مناطق تالابی، قبایل عرب ساکن، به دلیل ترس از اختلال در معیشت سنتی (مانند صید ماهی)، با توسعه گردشگری مخالفت می‌کنند (کاظمی و همکاران، ۱۳۸۸). علاوه بر این، ضعف در بازاریابی و تبلیغات، خوزستان را از نقشه گردشگری ملی خارج کرده است. در حالی که استان‌های شمالی مانند مازندران با کمپین‌های دیجیتال، میلیون‌ها گردشگر جذب می‌کنند، خوزستان فاقد استراتژی تبلیغاتی است (سازمان جهانی گردشگری[۱]، ۲۰۲۳). مسائل فرهنگی مانند پوشش و رفتارهای اجتماعی نیز در جذب گردشگران خانواده‌محور چالش‌برانگیز است.

چالش‌های حقوقی و مدیریتی، لایه دیگری از موانع را تشکیل می‌دهند. مالکیت منابع آبی، که اغلب بین وزارتخانه‌های نیرو، جهاد کشاورزی و محیط زیست تقسیم شده، هماهنگی را دشوار می‌کند. برای مثال، سدهای خوزستان تحت نظارت شرکت آب منطقه‌ای هستند و مجوزهای تفریحی با تأخیر صادر می‌شود (کمالی و آسایش، ۱۳۹۸). قوانین زیست‌محیطی سخت‌گیرانه، بدون تسهیلات سرمایه‌گذاری، توسعه را کند می‌کند. در گردشگری دریایی، مسائل مرزی و امنیتی خلیج فارس، محدودیت‌های قانونی ایجاد می‌کند(دلبری و همکاران[۲]،۲۰۱۶).

با وجود این چالش‌ها، بررسی و اولویت‌بندی آن‌ها با رویکردهای علمی مانند فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (**AHP**) ضروری است. **AHP**، که توسط ساعتی (۱۹۸۰) توسعه یافت، با استفاده از مقایسه‌های زوجی، امکان رتبه‌بندی موانع را فراهم می‌کند و به تصمیم‌گیران کمک می‌کند تا منابع را بهینه تخصیص دهند (ساعتی[۳]، ۲۰۰۸). این روش در مطالعات گردشگری، مانند پژوهش دلبری و همکاران. (۲۰۱۶) در مورد چالش‌های گردشگری در خاورمیانه، موفقیت‌آمیز بوده است. در ایران، نجفی (۱۳۸۹) از **AHP** برای تحلیل چالش‌های مدیریتی پروژه‌های گردشگری استفاده کرده و بر سادگی و قابلیت اجماع آن تأکید دارد.

این تحقیق با تمرکز بر چالش‌های توسعه گردشگری آبی در خوزستان به تفکیک دریا، تالاب،

---

[۱] -UNWTO

[۲] -Delbari et al

[۳] -Saaty

رودخانه و سدها، و با بهره‌گیری از **AHP**، به دنبال شناسایی و اولویت‌بندی موانع است. جامعه آماری شامل متخصصان گردشگری و محیط‌زیست خواهد بود و داده‌ها از طریق پرسشنامه‌های مقایسه زوجی جمع‌آوری می‌شود. این رویکرد نه تنها شکاف پژوهشی در بررسی تفکیکی چالش‌ها را پر می‌کند، بلکه راهکارهایی عملی برای سیاست‌گذاران ارائه می‌دهد. با رفع این موانع، خوزستان می‌تواند گردشگری آبی را به عنوان ابزاری برای توسعه پایدار تبدیل کند و به اهداف ملی مانند برنامه هفتم توسعه (۱۴۰۲-۱۴۰۶) دست یابد. در نهایت، این مطالعه بر اهمیت مدیریت یکپارچه منابع آبی تأکید دارد تا گردشگری نه تنها اقتصادی، بلکه زیست‌محیطی و اجتماعی نیز پایدار باشد(گاسلینگ[۱]، ۲۰۱۵).

۱- مبانی نظری

گردشگری آبی به عنوان یکی از زیرشاخه‌های کلیدی صنعت گردشگری، بر فعالیت‌های تفریحی، ورزشی و اکوتوریستی مرتبط با منابع آبی تمرکز دارد. این نوع گردشگری شامل تعاملات انسانی با محیط‌های آبی مانند سواحل دریایی، تالاب‌ها، رودخانه‌ها و مخازن سدها می‌شود و می‌تواند شامل فعالیت‌هایی نظیر قایق‌رانی، ماهیگیری، پرنده‌نگری و غواصی باشد (هال[۲]، ۲۰۰۵). در سطح جهانی، گردشگری آبی نقش مهمی در اقتصاد محلی ایفا می‌کند و طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری (۲۰۲۳)، بیش از ۴۰ درصد از گردشگران بین‌المللی به مقاصد آبی سفر می‌کنند، که این امر منجر به ایجاد اشتغال و درآمدزایی می‌شود. با این حال، توسعه این نوع گردشگری با چالش‌های ساختاری، زیست‌محیطی و مدیریتی روبرو است که می‌تواند مانع از بهره‌برداری پایدار از منابع آبی شود. در ایران، به ویژه در استان خوزستان که به عنوان یکی از غنی‌ترین مناطق از نظر منابع آبی شناخته می‌شود، پتانسیل‌های گردشگری آبی مانند دسترسی به خلیج فارس، تالاب‌های هورالعظیم و شادگان، رودخانه‌های کارون و کرخه، و سدهای بزرگ دز و کارون، هنوز به طور کامل محقق نشده است (سازمان میراث فرهنگی،

---

[۱] -Gössling

[۲] -Hall

صنایع دستی و گردشگری، ۱۴۰۱). این پژوهش با تمرکز بر چالش‌ها و موانع توسعه گردشگری آبی در خوزستان، به تفکیک انواع منابع آبی، از رویکرد تحلیل سلسله‌مراتبی (**AHP**) برای اولویت‌بندی این موانع استفاده می‌کند.

چالش‌های توسعه گردشگری آبی عمدتاً ریشه در تعارضات بین بهره‌برداری اقتصادی و حفظ پایداری محیطی دارند. یکی از موانع اصلی، مسائل زیست‌محیطی است که شامل آلودگی آب، تخریب اکوسیستم‌ها و تغییرات اقلیمی می‌شود. بر اساس مطالعه‌ای از سوی کمیسیون اقتصادی سازمان ملل برای اروپا[۱] (۲۰۲۲)، بیش از ۶۰ درصد مقاصد گردشگری آبی در جهان با مشکل آلودگی ناشی از فعالیت‌های صنعتی و گردشگری مواجه هستند، که این امر منجر به کاهش کیفیت جاذبه‌های طبیعی و دفع گردشگران می‌گردد. در خوزستان، آلودگی ناشی از صنایع نفتی و کشاورزی، به ویژه در رودخانه‌ها و تالاب‌ها، یکی از چالش‌های برجسته است. برای مثال، تالاب‌های خوزستان به دلیل ورود فاضلاب‌های صنعتی، دچار کاهش تنوع زیستی شده‌اند، که این مسئله توسعه اکوتوریسم را مختل می‌کند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۸). علاوه بر این، کمبود زیرساخت‌های مناسب مانند جاده‌های دسترسی، امکانات اقامتی و تجهیزات ایمنی، مانع از جذب گردشگران بیشتر می‌شود. مطالعات نشان می‌دهد که در مناطق مشابه خوزستان، نبود زیرساخت‌ها می‌تواند تا ۳۰ درصد از پتانسیل گردشگری را کاهش دهد (باتلر[۲]، ۱۹۹۹).

از منظر مدیریتی، چالش‌های حقوقی و نهادی نیز برجسته هستند. مالکیت منابع آبی، به ویژه سدها که اغلب تحت کنترل نهادهای دولتی مانند وزارت نیرو قرار دارند، منجر به محدودیت‌های قانونی برای سرمایه‌گذاری خصوصی می‌شود. در ایران، قوانین پیچیده مربوط به بهره‌برداری از سدها و تالاب‌ها، سرمایه‌گذاران را دلسرد می‌کند (قانون حفاظت و بهره‌برداری از منابع آبی، ۱۳۶۱). این مسئله در خوزستان تشدید شده، جایی که سه دوره فراخوان جذب سرمایه‌گذار برای گردشگری آبی بدون موفقیت کامل به پایان رسیده است (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۹). علاوه بر این، ضعف در برنامه‌ریزی یکپارچه بین دستگاه‌های دولتی مانند

---

[۱] -UNECE

[۲]- Butler

وزارت میراث فرهنگی و سازمان حفاظت محیط‌زیست، منجر به تداخل وظایف و عدم هماهنگی می‌گردد. رویکرد **AHP**، که توسط ساعتی (۱۹۸۰) معرفی شد، ابزاری مناسب برای اولویت‌بندی این چالش‌های چندبعدی است، زیرا امکان مقایسه زوجی معیارها و ارزیابی سازگاری تصمیم‌گیری‌ها را فراهم می‌کند و در مطالعات گردشگری برای تحلیل موانع ساختاری کاربرد گسترده‌ای دارد(وایدیا و کومار[۱]، ۲۰۰۶).به تفکیک انواع گردشگری آبی، چالش‌ها تفاوت‌های قابل توجهی نشان می‌دهند. در گردشگری دریایی خوزستان، که عمدتاً بر سواحل خلیج فارس متکی است، موانع اصلی شامل آلودگی نفتی و فرسایش ساحلی است. صنایع نفتی خوزستان، که بیش از ۸۰ درصد صادرات نفت ایران را تأمین می‌کنند، منجر به نشت نفت و آلودگی سواحل شده و اکوسیستم دریایی را تهدید می‌کند (سازمان حفاظت محیط‌زیست، ۱۴۰۰). این آلودگی نه تنها تنوع زیستی را کاهش می‌دهد، بلکه سلامت گردشگران را نیز به خطر می‌اندازد. علاوه بر این، کمبود امکانات تفریحی مانند اسکله‌های مدرن و مراکز نجات غریق، توسعه گردشگری دریایی را محدود می‌کند. مطالعه‌ای در مورد سواحل خلیج فارس نشان می‌دهد که نبود استانداردهای ایمنی، تا ۲۵ درصد از گردشگران بالقوه را دفع می‌کند(ال مطیری[۲]، ۲۰۱۸). از سوی دیگر، چالش‌های اقتصادی مانند هزینه‌های بالای نگهداری سواحل و رقابت با مقاصد بین‌المللی مانند امارات متحده عربی، سرمایه‌گذاری را دشوار می‌سازد. در این زمینه، مسائل اجتماعی مانند عدم آگاهی محلی از اهمیت گردشگری پایدار، منجر به رفتارهای ناپایدار مانند رها کردن زباله در سواحل می‌شود(شارپلی[۳]، ۲۰۱۴).

در مورد گردشگری تالابی، چالش‌های زیست‌محیطی غالب هستند. تالاب‌های خوزستان، مانند هورالعظیم، به عنوان میراث جهانی یونسکو ثبت شده‌اند، اما با خشک‌سازی برای کشاورزی و سدسازی روبرو هستند. بر اساس گزارش رامسر (۲۰۲۲)، بیش از ۵۰ درصد تالاب‌های ایران در معرض خطر خشک‌شدن قرار دارند، که این امر در خوزستان به دلیل پروژه‌های انتقال آب

---

[۱] -Vaidya & Kumar

[۲] -Al-Mutair

[۳] -Sharpley

تشدید شده است. این خشک‌شدن نه تنها تنوع زیستی پرندگان مهاجر را کاهش می‌دهد، بلکه جاذبه‌های بصری و اکوتوریستی را از بین می‌برد. موانع مدیریتی شامل محدودیت‌های دسترسی به دلیل مناطق حفاظت‌شده و کمبود تجهیزات برای فعالیت‌هایی مانند قایق‌رانی ایمن است. علاوه بر این، چالش‌های اقتصادی ناشی از هزینه‌های بالای حفاظت و نظارت، توسعه را کند می‌کند. مطالعه‌ای محلی نشان می‌دهد که در تالاب شادگان، آلودگی کشاورزی منجر به ۴۰ درصد کاهش بازدیدکنندگان در دهه اخیر شده است (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۷). رویکرد **AHP** می‌تواند این چالش‌ها را با وزن‌دهی به عوامل زیست‌محیطی در برابر اقتصادی اولویت‌بندی کند.

گردشگری رودخانه‌ای در خوزستان، با تمرکز بر رودخانه‌های کارون و کرخه، با چالش‌های هیدرولوژیکی و انسانی مواجه است. سیلاب‌های فصلی و رسوب‌گذاری، مسیرهای رودخانه را ناپایدار می‌کند و فعالیت‌هایی مانند رفتینگ را خطرناک می‌سازد(برنامه محیط زیست سازمان ملل[۱]، ۲۰۲۱). آلودگی صنعتی و فاضلاب شهری، کیفیت آب را کاهش داده و ماهیگیری تفریحی را محدود می‌کند. از منظر زیرساختی، نبود پل‌های معلق و مسیرهای پیاده‌روی ایمن، دسترسی را دشوار می‌سازد. چالش‌های اجتماعی شامل تعارضات محلی با جوامع ساحلی است که رودخانه‌ها را برای کشاورزی اولویت می‌دهند، نه گردشگری (زرگری و همکاران، ۱۳۹۶). این تعارضات می‌تواند به مقاومت در برابر پروژه‌های توسعه منجر شود. در سطح اقتصادی، هزینه‌های پاکسازی رودخانه‌ها و ایجاد پارک‌های رودخانه‌ای، سرمایه‌گذاری را بازمی‌دارد.

در نهایت، گردشگری سدها، که بر مخازن سدهای دز و کارون تکیه دارد، با موانع حقوقی و ایمنی روبرو است. مالکیت دولتی سدها، سرمایه‌گذاری خصوصی را محدود می‌کند و قوانین سختگیرانه ایمنی، فعالیت‌های تفریحی را کنترل می‌کند (قانون ایمنی سدها، ۱۳۸۴). چالش‌های زیست‌محیطی شامل تغییرات سطح آب و تأثیر بر اکوسیستم‌های پایین‌دست است، که تنوع زیستی را تهدید می‌کند. کمبود امکانات مانند مناطق کمپینگ و تجهیزات قایق‌رانی، پتانسیل را هدر می‌دهد. مطالعه‌ای در مورد سدهای ایران نشان می‌دهد که نبود برنامه‌ریزی یکپارچه، تا ۳۵ درصد از فرصت‌های گردشگری را از دست می‌دهد (فیروزی، ۱۳۹۵). **AHP** با ساختار

---

[۱] -UNEP

سلسله‌مراتبی خود، امکان تحلیل این چالش‌های چندلایه را فراهم می‌کند.
در مجموع، چالش‌های توسعه گردشگری آبی در خوزستان نیازمند رویکردی جامع است که تعادل بین حفاظت و بهره‌برداری را برقرار کند. این موانع نه تنها محلی، بلکه تحت تأثیر عوامل جهانی مانند تغییرات اقلیمی هستند. با استفاده از **AHP**، این پژوهش به اولویت‌بندی چالش‌ها می‌پردازد تا راهکارهای عملی پیشنهاد دهد.

۲-پیشینه تحقیق

با وجود پژوهش‌های گسترده در زمینه گردشگری، مطالعات تخصصی درباره چالش‌های توسعه گردشگری آبی در ایران، به‌ویژه در استان خوزستان، بسیار محدود هستند. اکثر تحقیقات داخلی به بررسی کلی مسائل گردشگری پرداخته‌اند و کمتر به تفکیک موانع توسعه انواع گردشگری آبی (دریا، تالاب، رودخانه و سدها) توجه نشان داده‌اند. در سطح بین‌المللی نیز، تمرکز پژوهش‌ها اغلب بر مناطقی با ویژگی‌های جغرافیایی و فرهنگی متفاوت با ایران بوده و کمتر به شرایط خاص خوزستان پرداخته شده است. این پژوهش با بهره‌گیری از داده‌های میدانی و رویکرد تحلیل سلسله‌مراتبی (**AHP**)، به شناسایی و اولویت‌بندی چالش‌های توسعه گردشگری آبی در خوزستان به تفکیک دریا، تالاب، رودخانه و سدها می‌پردازد و تلاش دارد تا شکاف‌های موجود در ادبیات پژوهشی را پر کند.

- **مطالعات خارجی**

مطالعات بین‌المللی متعددی به بررسی موانع توسعه گردشگری آبی پرداخته‌اند، که نتایج آن‌ها برای فهم چالش‌های خوزستان قابل‌استفاده است. گاسلینگ و هال (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای جامع درباره گردشگری آبی پایدار، به مشکلات زیست‌محیطی مانند آلودگی آب و تخریب اکوسیستم‌ها به عنوان موانع اصلی اشاره کردند. آن‌ها نشان دادند که آلودگی ناشی از فعالیت‌های صنعتی و گردشگری، کیفیت جاذبه‌های آبی را کاهش داده و منجر به دفع گردشگران می‌شود. این یافته‌ها برای خوزستان، که با آلودگی نفتی در سواحل خلیج فارس و فاضلاب‌های صنعتی در رودخانه‌ها مواجه است، اهمیت دارد. به عنوان مثال، نشت نفت در سواحل خلیج فارس به کاهش تنوع زیستی و جذابیت‌های بصری منجر شده است (سازمان حفاظت محیط‌زیست، ۱۴۰۰). گاسلینگ و هال همچنین بر کمبود زیرساخت‌های تفریحی مانند

اسکله‌ها و امکانات ایمنی تأکید کردند که مانع از توسعه فعالیت‌هایی مانند قایق‌سواری و غواصی می‌شود.

در مطالعه‌ای دیگر، باتلر (۱۹۹۹) به بررسی چالش‌های مدیریتی در توسعه گردشگری پایدار پرداخت و نشان داد که نبود هماهنگی بین نهادهای دولتی و بخش خصوصی، توسعه گردشگری را کند می‌کند. این مسئله در خوزستان نیز مشهود است، جایی که تداخل وظایف بین وزارت نیرو، سازمان حفاظت محیط‌زیست و وزارت میراث فرهنگی، مانع از اجرای پروژه‌های یکپارچه گردشگری شده است (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۹). باتلر همچنین به مسائل اجتماعی مانند مقاومت جوامع محلی در برابر پروژه‌های گردشگری به دلیل اولویت‌های معیشتی اشاره کرد، که در خوزستان به شکل تعارضات با جوامع کشاورزی در حاشیه رودخانه‌ها دیده می‌شود (زرگری و همکاران، ۱۳۹۶).

مطالعه‌ای توسط المطیری و المطیری (۲۰۱۸) در مورد گردشگری ساحلی در خلیج فارس، چالش‌های اقتصادی مانند هزینه‌های بالای نگهداری زیرساخت‌های ساحلی و رقابت با مقاصد بین‌المللی را برجسته کرد. آن‌ها دریافتند که نبود سرمایه‌گذاری کافی و استانداردهای ایمنی، تا ۲۵ درصد از گردشگران بالقوه را دفع می‌کند. این موضوع در خوزستان نیز صدق می‌کند، جایی که سواحل خلیج فارس با کمبود امکانات مدرن و رقابت با مقاصدی مانند دبی مواجه هستند. علاوه بر این، شارپلی (۲۰۱۴) به مشکلات اجتماعی مانند عدم آگاهی جوامع محلی از اهمیت گردشگری پایدار اشاره کرد که منجر به رفتارهایی مانند رها کردن زباله در سواحل می‌شود، مشکلی که در سواحل خوزستان نیز گزارش شده است (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۷).

در زمینه تالاب‌ها، گزارش رامسر (۲۰۲۲) نشان داد که بیش از ۵۰ درصد تالاب‌های جهان با خطر خشک‌شدن به دلیل سدسازی و کشاورزی مواجه هستند. این مسئله در تالاب‌های خوزستان، به‌ویژه هورالعظیم، به دلیل پروژه‌های انتقال آب تشدید شده و منجر به کاهش پرندگان مهاجر و جذابیت‌های اکوتوریستی شده است. لی و جان (۲۰۱۹) نیز به چالش‌های مدیریتی در تالاب‌ها اشاره کردند و نشان دادند که محدودیت‌های دسترسی به دلیل مناطق حفاظت‌شده و کمبود تجهیزات، توسعه گردشگری تالابی را محدود می‌کند. این یافته‌ها با وضعیت تالاب شادگان، که با کاهش بازدیدکنندگان به دلیل آلودگی کشاورزی مواجه است، همخوانی دارد.

برای گردشگری رودخانه‌ای، برنامه محیط‌زیست سازمان ملل [۱](۲۰۲۱) به مشکلات هیدرولوژیکی مانند سیلاب‌های فصلی و رسوب‌گذاری اشاره کرد که فعالیت‌های گردشگری را خطرناک می‌سازد. در خوزستان، رودخانه‌های کارون و کرخه با این چالش‌ها مواجه هستند و آلودگی فاضلاب شهری، ماهیگیری تفریحی را محدود کرده است. نیدهام و زوستر (۲۰۱۶) نیز به کمبود زیرساخت‌هایی مانند مسیرهای پیاده‌روی ایمن و پل‌های معلق اشاره کردند که در خوزستان نیز مانع از توسعه گردشگری رودخانه‌ای شده است.

- **مطالعات داخلی**

در ایران، پژوهش‌های محدودی به طور خاص به چالش‌های گردشگری آبی پرداخته‌اند، اما برخی مطالعات مرتبط، بینش‌هایی ارائه می‌دهند. گودرزی و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای درباره گردشگری آبی در خوزستان، به موانع زیست‌محیطی مانند آلودگی تالاب‌ها و رودخانه‌ها، و موانع زیرساختی مانند کمبود امکانات تفریحی اشاره کردند. آن‌ها دریافتند که آلودگی صنعتی در تالاب شادگان و رودخانه کارون، تا ۴۰ درصد بازدیدکنندگان را کاهش داده است. این مطالعه همچنین به ضعف بازاریابی و عدم هماهنگی بین نهادها به عنوان موانع اصلی اشاره کرد.

فیروزی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی درباره گردشگری خوزستان، به مشکلات مدیریتی و حقوقی در سدها و تالاب‌ها پرداختند. آن‌ها نشان دادند که قوانین پیچیده مالکیت منابع آبی، سرمایه‌گذاری خصوصی را محدود کرده و نبود برنامه‌ریزی یکپارچه، توسعه را کند می‌کند. این یافته‌ها با وضعیت سدهای خوزستان، که تحت کنترل دولتی هستند، همخوانی دارد. همچنین، احمدی و همکاران (۱۳۹۸) به چالش‌های زیست‌محیطی تالاب‌های خوزستان پرداختند و نشان دادند که ورود فاضلاب‌های صنعتی و کشاورزی، تنوع زیستی را کاهش داده و اکوتوریسم را مختل کرده است.

زرگری و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای درباره گردشگری رودخانه‌ای در خوزستان، به تعارضات اجتماعی بین جوامع محلی و پروژه‌های گردشگری اشاره کردند. آن‌ها دریافتند که

---

[۱]- UNEP

جوامع حاشیه رودخانه‌ها، مانند کارون، اولویت را به کشاورزی می‌دهند و این امر مقاومت در برابر توسعه گردشگری ایجاد می‌کند. رحیمی و همکاران (۱۳۹۷) نیز در مطالعه‌ای درباره تالاب شادگان، به کاهش بازدیدکنندگان به دلیل آلودگی و کمبود زیرساخت‌های دسترسی اشاره کردند و پیشنهاد کردند که برنامه‌های حفاظتی و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها می‌تواند این موانع را کاهش دهد.

در مجموع، پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که توسعه گردشگری آبی در خوزستان با چالش‌های چندگانه‌ای مواجه است که نیازمند تحلیل تفکیکی و استفاده از ابزارهایی مانند **AHP** برای اولویت‌بندی است.

۳-روش‌شناسی

این مطالعه با هدف بررسی چالش‌ها و موانع توسعه گردشگری آبی در استان خوزستان به تفکیک منابع آبی (دریا، تالاب، رودخانه و سدها) و با استفاده از رویکرد تحلیل سلسله‌مراتبی (**AHP**) انجام شده و روش‌شناسی پژوهش بر شناسایی، تحلیل و اولویت‌بندی موانع توسعه گردشگری آبی تمرکز دارد و از داده‌های میدانی و ابزارهای تحلیلی برای ارائه نتایج دقیق استفاده می‌کند. این روش‌شناسی شامل مراحل مختلفی از جمله تعریف مسئله، انتخاب روش تحقیق، ابزارهای گردآوری داده‌ها، جامعه آماری، روش نمونه‌گیری، ابزارهای تحلیل و مراحل اجرای **AHP** است. تأکید این پژوهش بر چالش‌های اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی، سیاسی و فناوری است که مانع از توسعه پایدار گردشگری آبی در خوزستان می‌شوند.

- **طراحی پژوهش**

این مطالعه از روش توصیفی-تحلیلی استفاده می‌کند که ترکیبی از تحلیل‌های کیفی و کمی است. روش توصیفی برای شناسایی و دسته‌بندی چالش‌های توسعه گردشگری آبی و روش تحلیلی برای اولویت‌بندی این چالش‌ها با استفاده از مدل **AHP** استکه توسط ساعتی (۱۹۸۰) معرفی شد، به دلیل توانایی در ساختاردهی به مسائل پیچیده و اولویت‌بندی معیارهای چندگانه،

برای تحلیل موانع چندبعدی گردشگری آبی مناسب است(وایدیا و کومار[۱]، ۲۰۰۶). این روش امکان مقایسه زوجی معیارها و محاسبه وزن نسبی هر یک را فراهم می‌کند، که برای تصمیم‌گیری در زمینه چالش‌های گردشگری آبی در خوزستان مفید است.

- **. جامعه آماری و نمونه‌گیری**

جامعه آماری این پژوهش شامل کارشناسان حوزه گردشگری و فعالان صنعت گردشگری در خوزستان است. برای نمونه‌گیری، روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده می‌شود، زیرا این روش امکان انتخاب افرادی با دانش و تجربه مرتبط با موضوع را فراهم می‌کند (کرسول[۲]،۲۰۱۴). تعداد نمونه با توجه به معیارهای **AHP**، شامل ۸۸۲ نفر از متخصصان حوزه گردشگری و محیط‌زیست است (۲۵۸ متخصص گردشگری دریا، ۲۱۹ متخصص گردشگری سد،۲۰۴ متخصص گردشگری تالاب و ۲۰۱ نفر متخصص گردشگری رودخانه) تا در فرایند **AHP** مشارکت کنند (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۹).

- **ابزار جمع‌آوری داده‌ها**

داده‌های مورد نیاز از طریق دو ابزار اصلی جمع‌آوری شدند:

۱. پرسشنامه های**AHP**: این پرسشنامه ها برای شناسایی و اولویت‌بندی چالش های توسعه گردشگری آبی طراحی شد.پرسشنامه اول جهت شناسایی معیار ها و تشکیل ساختار سلسله مراتبی برای هر نوع گردشگری و پرسشنامه دوم شامل مقایسه‌های زوجی معیارهای اصلی (اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی، سیاسی و فناوری) و زیرمعیارهای مرتبط (مانند زیرساخت فناوری، کیفیت ، سرمایه گذاری، تبلیغات و ...) جهت انجام اولویت بندی بود. پرسشنامه توسط متخصصان و خبرگان حوزه گردشگری تکمیل شد و از مقیاس۹ درجه‌ای ساعتی برای مقایسه‌های زوجی استفاده شد(ساعتی[۳]، ۱۹۸۰).

---

[۱] -Vaidya & Kumar

[۲] -Creswell

[۳] -Saaty

- **مراحل اجرای پژوهش**

۱. شناسایی چالش‌ها: در این مرحله، با بررسی مطالعات پیشین و انجام مصاحبه‌های اولیه با کارشناسان، چالش‌های اصلی توسعه گردشگری آبی در خوزستان شناسایی شدند. این چالش‌ها به تفکیک منابع آبی به شرح زیر دسته‌بندی شدند:

- دریا (خلیج فارس): آلودگی نفتی، فرسایش ساحلی، کمبود امکانات تفریحی مانند اسکله‌های مدرن، و رقابت با مقاصد بین‌المللی (سازمان حفاظت محیط‌زیست، (المطیری[۱]، ۲۰۱۸).
- تالاب (هورالعظیم و شادگان): خشک‌شدن تالاب‌ها به دلیل سدسازی و کشاورزی، آلودگی ناشی از فاضلاب صنعتی و کشاورزی، و محدودیت‌های دسترسی به دلیل حفاظت محیطی (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۷؛ رامسر، ۲۰۲۲).
- رودخانه (کارون و کرخه): سیلاب‌های فصلی، رسوب‌گذاری، آلودگی فاضلاب شهری و صنعتی، و تعارضات اجتماعی با جوامع کشاورزی (زرگری و همکاران، ۱۳۹۶؛برنامه محیط زیست سازمان ملل[۲] ,۲۰۲۱).
- سدها (دز و کارون): تغییرات سطح آب، کمبود امکانات کمپینگ و تجهیزات تفریحی (فیروزی، ۱۳۹۵).

۲. ساختار سلسله‌مراتبی: ساختار **AHP** در سه سطح طراحی شده است:

- سطح اول (هدف): اولویت‌بندی چالش‌های توسعه گردشگری آبی در خوزستان.
- سطح دوم (معیارهای اصلی): شامل چالش‌های اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی، سیاسی و فناوری.
- سطح سوم (زیرمعیارها): چالش‌های خاص هر نوع منبع آبی (دریا، تالاب،

---

[۱]- Al-Mutairi

[۲] -UNEP

رودخانه و سدها).

۳. جمع‌آوری داده‌ها: پرسشنامه‌های مقایسه زوجی بین معیارها و زیرمعیارها توسط نمونه آماری تکمیل می‌شوند. برای مثال، کارشناسان باید اهمیت نسبی آلودگی زیست‌محیطی را در مقایسه با کمبود زیرساخت‌ها برای گردشگری دریایی ارزیابی کنند. مصاحبه‌ها نیز برای شناسایی چالش‌های جدید یا تأیید چالش‌های استخراج‌شده از مطالعات پیشین انجام می‌شوند.

۴. تحلیل داده‌ها با **AHP**: داده‌های پرسشنامه‌ها در نرم‌افزارهایی مانند **Expert Choice** یا **Super Decisions** وارد شده و وزن هر معیار و زیرمعیار محاسبه می‌شود. مراحل تحلیل **AHP** شامل موارد زیر است:

- تشکیل ماتریس مقایسه زوجی: برای هر سطح از سلسله‌مراتب، ماتریس‌هایی تشکیل می‌شود که در آن‌ها اهمیت نسبی معیارها مقایسه می‌شود.
- محاسبه وزن‌ها: با استفاده از روش بردار ویژه[۱] ، وزن نسبی هر معیار و زیرمعیار محاسبه می‌شود (ساعنی[۲]، ۱۹۸۰).
- بررسی سازگاری: نرخ ناسازگاری برای اطمینان از سازگاری پاسخ‌ها محاسبه می‌شود. نرخ ناسازگاری کمتر از ۰.۱ نشان‌دهنده سازگاری قابل‌قبول است.
- اولویت‌بندی نهایی: چالش‌ها بر اساس وزن‌های محاسبه‌شده اولویت‌بندی می‌شوند تا مشخص شود کدام موانع در هر نوع منبع آبی بیشترین تأثیر را دارند.

۵. تحلیل کیفی: داده‌های مصاحبه‌ها با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی) کدگذاری و دسته‌بندی می‌شوند تا اطلاعات تکمیلی در مورد چالش‌ها و راهکارهای احتمالی استخراج شود.

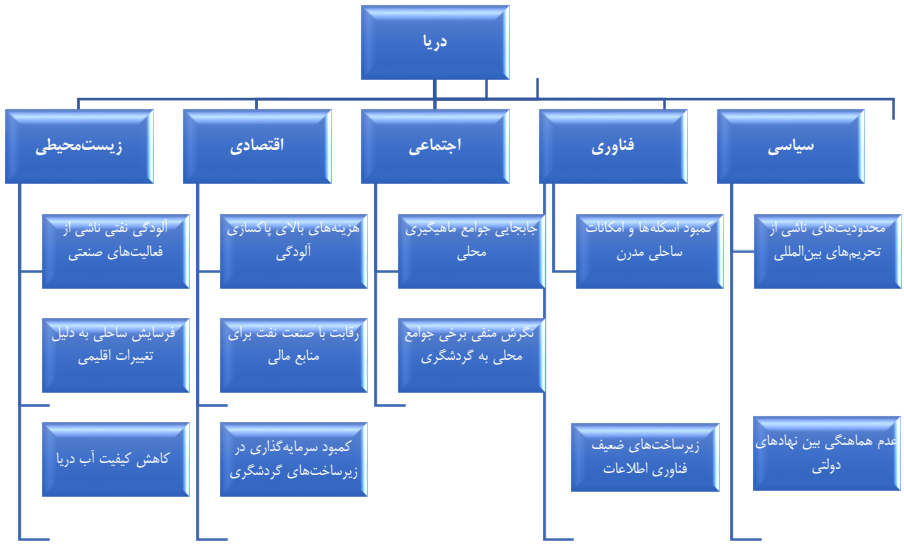
---

[۱] -Eigenvector Method

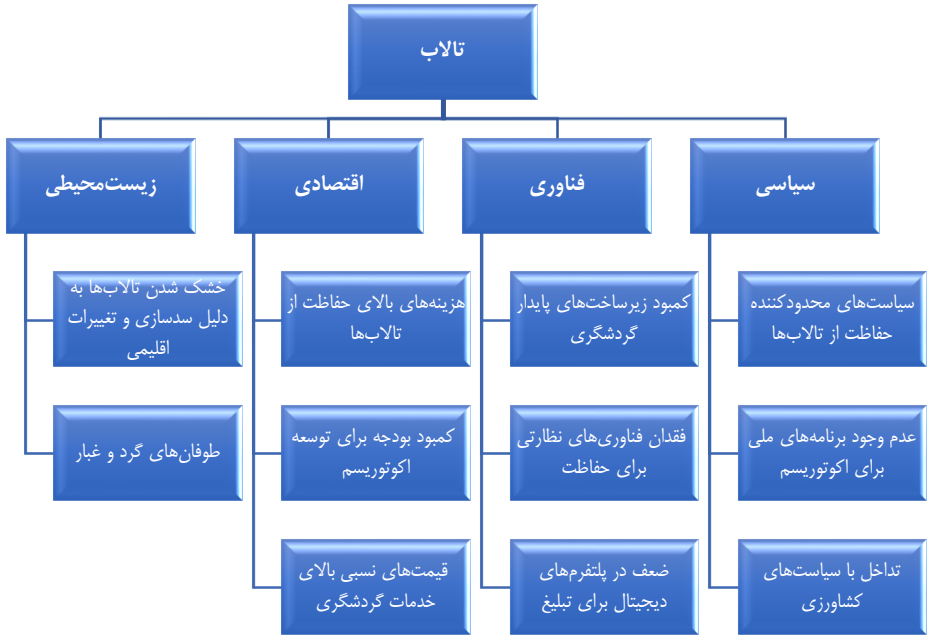
[۲] -Saaty

٤- یافته‌ها

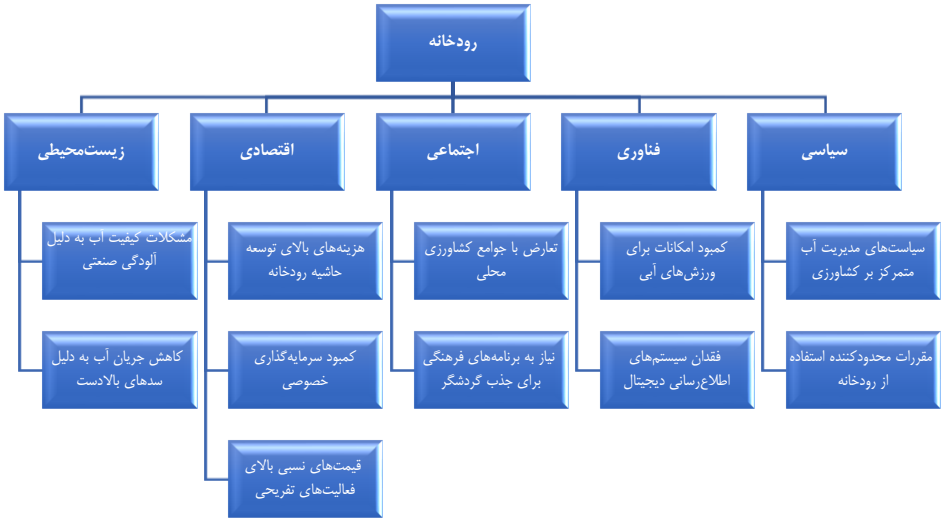
در این قسمت برای شناسایی چالش های توسعه هر نوع گردشگری آبی در استان خوزستان و تشکیل درخت سلسله مراتبی ابتدا پس از توزیع یک پرسشنامه در میان متخصصین گردشگری و تعیین ارزش عددی اهمیت هر یک از معیارها توسط گروه قضاوت کارشناسی، عملیات اعتبارسنجی برای استاندارد کردن آنها آغاز می شود. در این جا با استفاده از میانگین حسابی، میانگین هر یک از معیارها و سپس زیرمعیارهای مربوط به هر معیار محاسبه شده و در نهایت معیارها، زیرمعیارها و جایگزین های استاندارد شده را براساس مجموعه معیارها و زیرمعیارهایی که ارزش عددی ۷ و بالاتر دارند انتخاب و در جداول جداگانه ثبت شد. این مجموعه پایه و اساس گردآوری داده های "AHP" را تشکیل می دهند و با پایان این مرحله، بخش ترسیم درخت سلسله مراتبی به شرح نمودارهای زیر انجام گرفت:



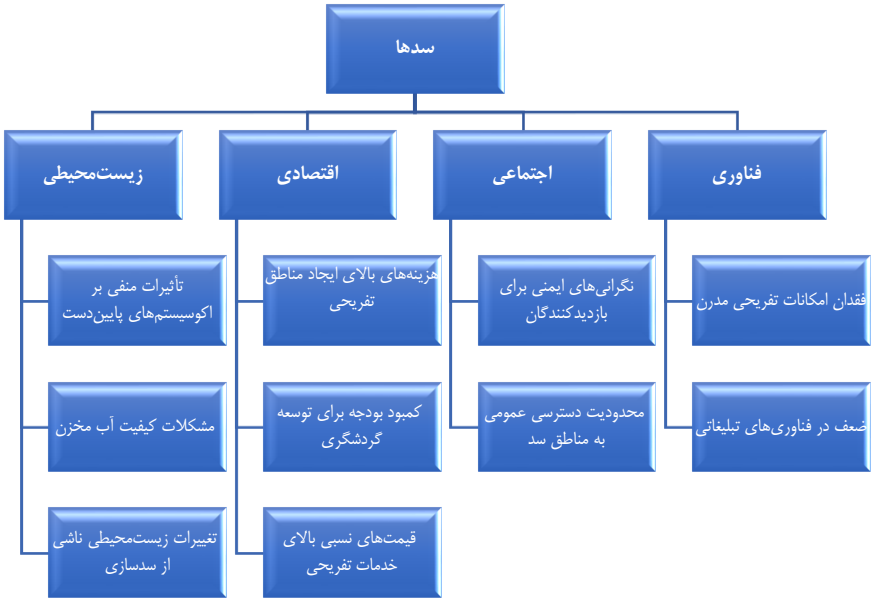
نمودار ۱- الگوی چالش های توسعه گردشگری دریای استان خوزستان



نمودار ۲- الگوی چالش های توسعه گردشگری تالابی استان خوزستان



نمودار ۳- الگوی چالش های توسعه گردشگری رودخانه ای استان خوزستان

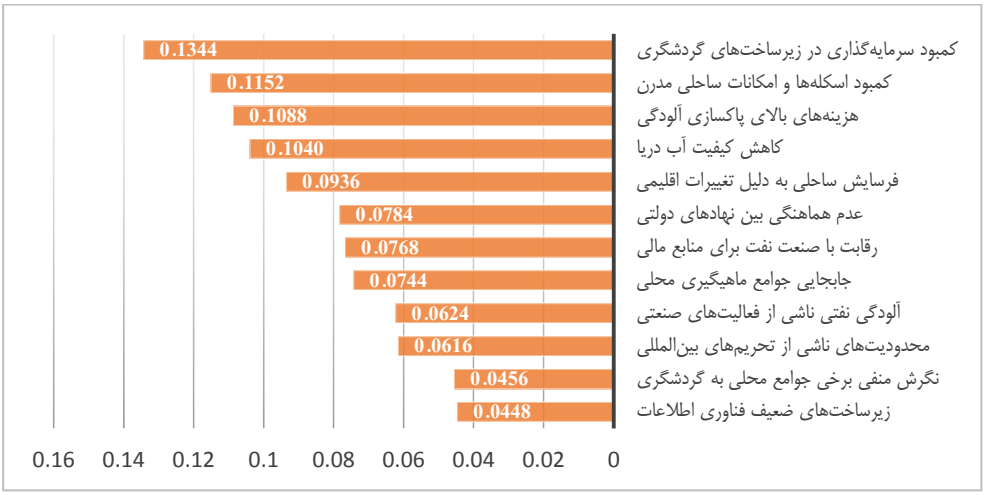


نمودار ٤- الگوی چالش های توسعه تقاضای گردشگری سدها استان خوزستان

در گام بعدی به رتبه بندی این چالش ها برای هر نوع گردشگری ابی استان خوزستان پرداخته شد:

- **رتبه بندی چالش های گردشگری دریایی:**

پس ازجمع آروی نتایج مقایسات زوجی انجام شده توسط۲۵۸ کارشناس گردشگری دریا به محاسبه وزن چالش های گردشگری دریایی، رتبه بندی عوامل و ارایه نرخ ناسازگاری محاسبه شده برای هر معیار[1] به شرح نمودار و جدول ذیل پرداخته شده است.



نمودار ۵- رتبه بندی چالشهای گردشگری دریایی استان خوزستان(خروجی نرم افزار)

جدول ۱- نرخ ناسازگاری چالشهای گردشگری دریایی استان خوزستان

شرح	نرخ ناسازگاری	توضیحات
نرخ ناساز گاری معیار های سطح اول (زیست محیطی، اقتصادی و ...)	۰/۰۰۸۲	سازگار
نرخ ناساز گاری زیر معیار ها و جایگزین های معیار زیست محیطی	۰/۰۵۲۲	سازگار
نرخ ناساز گاری زیر معیار ها و جایگزین های معیار اقتصادی	۰/۰۶۵۴	سازگار

منبع: یافته های تحقیق

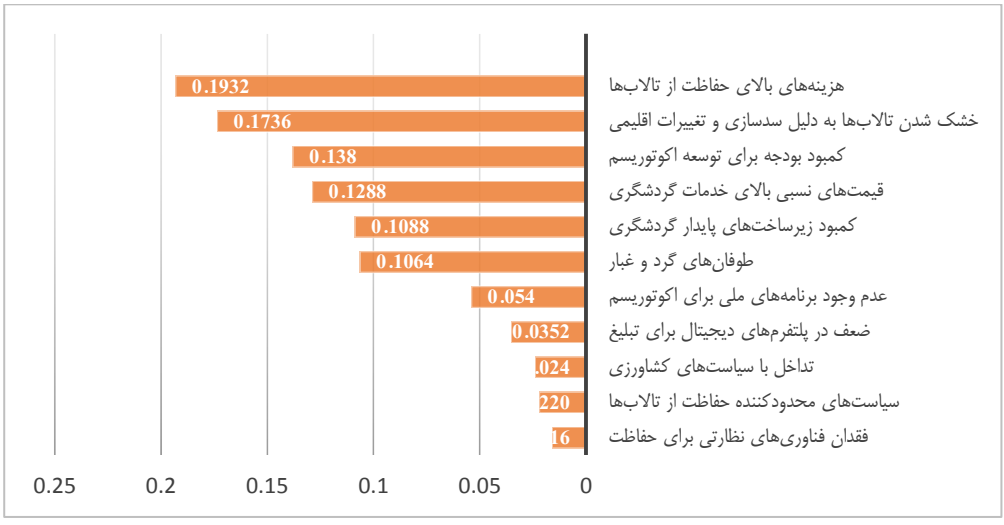
با توجه به اینکه پاسخ فعالین و متخصصین در گردشگری دریا بر اساس نتایج نرخ ناسازگاری (کمتر از ۰.۱ بوده) قابل قبول بوده اند بنابراین بر اساس اطلاعات ارایه شده در نمودار (۵) می توان دریافت که از نظر فعالین گردشگری دریا بطور کلی چالشهای اقتصادی و زیست محیطی از

[1]-به شرط وجود بیش از دو زیر معیار و جایگزین

مهمترین موانع در توسعه گردشگری در استان خوزستان بوده که ۵ مورد از مهمترین این چالش ها کمبود سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری، کمبود اسکله‌ها و امکانات ساحلی مدرن، هزینه‌های بالای پاکسازی آلودگی، کاهش کیفیت آب دریا و فرسایش ساحلی به دلیل تغییرات اقلیمی، نشان‌دهنده موانع ساختاری و زیست‌محیطی عمده‌ای هستند که مانع بهره‌برداری کامل از پتانسیل‌های ساحلی استان شده‌اند. این چالش‌ها نه تنها رشد اقتصادی محلی را محدود کرده، بلکه به دلیل آلودگی‌های صنعتی و نفتی در خلیج فارس و کوچک شدن تالاب‌ها، کیفیت محیط زیست را نیز کاهش داده و جذابیت گردشگری را تحت تأثیر قرار می‌دهند. در نهایت، بدون اقدام هماهنگ، استان خوزستان با وجود ۳۰۰ کیلومتر ساحل، از فرصت‌های اشتغال‌زایی (مانند ایجاد بیش از ۷۵۰۰ شغل مستقیم) و تبدیل شدن به قطب گردشگری دریایی ایران محروم خواهد ماند .

- **رتبه بندی چالش های گردشگری تالابی:**

پس ازجمع آروی نتایج مقایسات زوجی انجام شده توسط۲۰۴کارشناس گردشگری تالابی به محاسبه وزن چالش های گردشگری تالابی، رتبه بندی عوامل و ارایه نرخ ناسازگاری محاسبه شده برای هر معیار پرداخته شده است.



نمودار ٦- رتبه بندی چالشهای گردشگری تالابی استان خوزستان(خروجی نرم افزار)

جدول ۲- نرخ ناسازگاری چالشهای گردشگری تالابی استان خوزستان

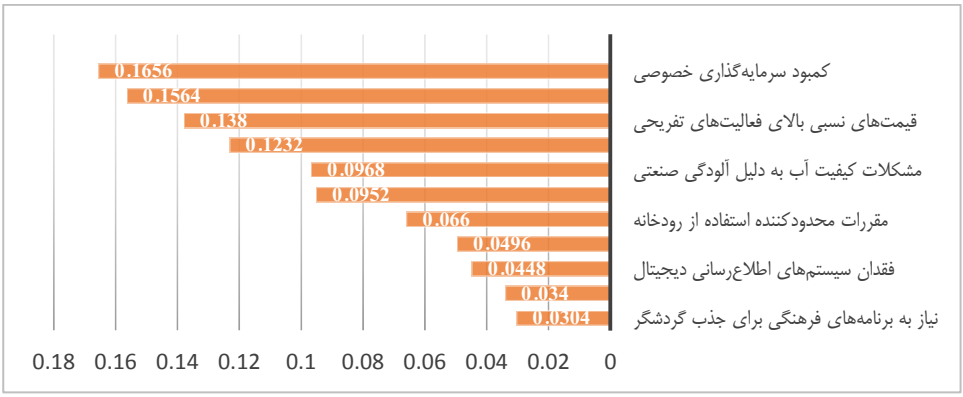
شرح	نرخ ناسازگاری	توضیحات
نرخ ناساز گاری معیار های سطح اول (زیست محیطی، اقتصادی و ...)	۰/۰۰۷۹	سازگار
نرخ ناساز گاری زیر معیار ها و جایگزین های معیار اقتصادی	۰/۰۶۰۱	سازگار
نرخ ناساز گاری زیر معیار ها و جایگزین های معیار فناوری	۰/۰۴۴۲	سازگار
نرخ ناساز گاری زیر معیار ها و جایگزین های معیار سیاسی	۰/۰۵۱۸	سازگار

منبع: یافته های تحقیق

با توجه به اینکه پاسخ فعالین و متخصصین در گردشگری تالابی بر اساس نتایج نرخ ناسازگاری (کمتر از ۰.۱ بوده) قابل قبول بوده اند بنابراین بر اساس اطلاعات ارایه شده در نمودار (۶) می توان دریافت که از نظر فعالین گردشگری تالابی بطور کلی چالشهای اقتصادی و زیست محیطی از مهمترین موانع در توسعه گردشگری تالابی در استان خوزستان بوده است. با توجه به چالش‌های کلیدی شناسایی‌شده توسط فعالان مانند فقدان فناوری‌های نظارتی برای حفاظت، سیاست‌های محدودکننده حفاظت از تالاب‌ها، تداخل با سیاست‌های کشاورزی، ضعف در پلتفرم‌های دیجیتال برای تبلیغ، و عدم وجود برنامه‌های ملی برای اکوتوریسم توسعه گردشگری تالابی در استان خوزستان با موانع جدی روبرو است. این چالش‌ها نه تنها حفاظت از اکوسیستم‌های حساس مانند تالاب‌های شادگان و هورالعظیم را تهدید می‌کنند، بلکه فرصت‌های اقتصادی محلی را نیز محدود می‌سازند. تحقیقات نشان می‌دهد که خشک شدن تالاب‌ها منجر به افزایش گردوغبار، کاهش تنوع زیستی و مهاجرت اجباری جوامع محلی شده است، که این امر گردشگری را به عنوان یک منبع درآمد پایدار تضعیف می‌کند. با این حال، پتانسیل بالای تالاب‌ها برای جذب گردشگر طبیعی و فرهنگی، می‌تواند با رویکردهای یکپارچه احیا شود، به شرطی که سیاست‌ها به سمت پایداری تغییر کنند.

.رتبه بندی چالش های گردشگری رودخانه ای:

پس ازجمع آروی نتایج مقایسات زوجی انجام شده توسط۲۰۱کارشناس گردشگری رودخانه ای به محاسبه وزن چالش های گردشگری رودخانه ای، رتبه بندی عوامل و ارایه نرخ ناسازگاری محاسبه شده برای هر معیار پرداخته شده است.



نمودار ۷- رتبه بندی چالش های گردشگری رودخانه ای استان خوزستان(خروجی نرم افزار)

جدول ۳- نرخ ناسازگاری چالش های گردشگری رودخانه ای استان خوزستان

شرح	نرخ ناسازگاری	توضیحات
نرخ ناساز گاری معیار های سطح اول (زیست محیطی، اقتصادی و ...)	۰/۰۰۶۶	سازگار
نرخ ناساز گاری زیر معیار ها و جایگزین های معیار اقتصادی	۰/۰۳۴۲	سازگار

منبع: یافته های تحقیق

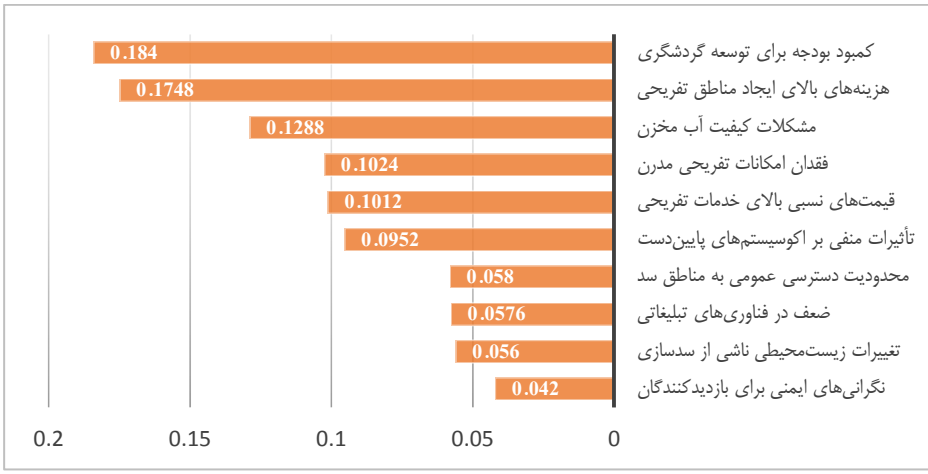
با توجه به اینکه پاسخ فعالین و متخصصین در گردشگری رودخانه ای بر اساس نتایج نرخ ناسازگاری (کمتر از ۰.۱ بوده) قابل قبول بوده اند بنابراین بر اساس اطلاعات ارایه شده در نمودار (۷) می توان دریافت که از نظر فعالین گردشگری تالابی بطور کلی چالشهای اقتصادی و زیست محیطی از مهمترین موانع در توسعه گردشگری رودخانه ای در استان خوزستان بوده است .

بر اساس نتایج چالش‌های مشکلات کیفیت آب به دلیل آلودگی صنعتی، کاهش جریان آب ناشی از سدهای بالادست، قیمت‌های نسبی بالای فعالیت‌های تفریحی، هزینه‌های بالای توسعه حاشیه رودخانه و کمبود سرمایه‌گذاری خصوصی نشان‌دهنده موانع جدی زیست‌محیطی و اقتصادی در توسعه گردشگری رودخانه‌ای خوزستان هستند. این مسائل، که بر اساس نظر فعالان و تحقیقات تایید شده‌اند، می‌توانند جذابیت رودخانه‌هایی مانند کارون را کاهش دهند و فرصت‌های اقتصادی را محدود کنند. با این حال، شواهد حاکی از آن است که این چالش‌ها نه تنها محلی، بلکه بخشی از مشکلات گسترده‌تر گردشگری اکولوژیک در ایران هستند، و نیاز به رویکردهای یکپارچه برای غلبه بر آن‌ها وجود دارد که با مدیریت پایدار منابع آب و

حمایت‌های مالی، می‌توان این چالش‌ها را به فرصت‌هایی برای رشد تبدیل کرد.

- **رتبه بندی چالش های تقاضای گردشگری سد ها:**

پس ازجمع آروی نتایج مقایسات زوجی انجام شده توسط۲۱۹کارشناس گردشگری تالابی به محاسبه وزن چالش های گردشگری سدها، رتبه بندی عوامل و ارایه نرخ ناسازگاری محاسبه شده برای هر معیارپرداخته شده است.



نمودار ۸- رتبه بندی چالش های گردشگری سدهای استان خوزستان(خروجی نرم افزار)

جدول ٤- نرخ ناسازگاری چالش های گردشگری سدهای استان خوزستان

شرح	نرخ ناسازگاری	توضیحات
نرخ ناساز گاری معیار های سطح اول (زیست محیطی، اقتصادی و ...)	۰/۰۰۷۶	سازگار
نرخ ناساز گاری زیر معیار ها و جایگزین های معیار زیست محیطی	۰/۰۰۵۴	سازگار
نرخ ناساز گاری زیر معیار ها و جایگزین های معیار اقتصادی	۰/۰۶۹۲	سازگار

منبع: یافته های تحقیق

با توجه به اینکه پاسخ فعالین و متخصصین در گردشگری سد بر اساس نتایج نرخ ناسازگاری (کمتر از ۰.۱ بوده) قابل قبول بوده اند بنابراین بر اساس اطلاعات ارایه شده در نمودار (۸) می توان دریافت که از نظر فعالین گردشگری سد بطور کلی در این نوع گردشگری نیز چالشهای اقتصادی و زیست محیطی از مهمترین موانع در توسعه این نوع

گردشگری در استان خوزستان بوده است .

بر اساس نتایج پنج چالش کلیدی – قیمت‌های نسبی بالای خدمات تفریحی، فقدان امکانات تفریحی مدرن، مشکلات کیفیت آب مخزن، هزینه‌های بالای ایجاد مناطق تفریحی، و کمبود بودجه برای توسعه گردشگری – توسعه گردشگری سد در خوزستان را محدود کرده‌اند. این چالش‌ها عمدتاً اقتصادی و زیرساختی هستند و نشان‌دهنده شکاف بین پتانسیل طبیعی استان (مانند رودخانه کارون و دریاچه‌های پشت سدها) و اجرای عملی است. که این پژوهش پیشنهاد می دهد که بدون حل این مسائل، رشد گردشگری پایدار دشوار خواهد بود، اما با مدیریت مناسب، می‌توان به توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی دست یافت.

۵-بحث

توسعه گردشگری آبی در استان خوزستان، با وجود پتانسیل‌های بالای منابع آبی نظیر خلیج فارس، تالاب‌های هورالعظیم و شادگان، رودخانه‌های کارون و کرخه، و سدهای بزرگ دز و کارون، با چالش‌های متعددی مواجه است که از طریق رویکرد تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفتند. یافته‌های این مطالعه نشان داد که چالش‌های اقتصادی و زیست‌محیطی به طور کلی مهم‌ترین موانع توسعه گردشگری آبی در این استان هستند. این نتایج با مطالعات پیشین مانند گاسلینگ و هال (۲۰۱۸) و سازمان حفاظت محیط‌زیست (۱۴۰۰) همخوانی دارد که بر تأثیر آلودگی‌های صنعتی و کمبود سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری تأکید کرده‌اند. این چالش‌ها در هر یک از انواع گردشگری آبی (دریا، تالاب، رودخانه و سدها) به صورت متفاوتی بروز پیدا می‌کنند، اما همپوشانی قابل‌توجهی در مسائل زیرساختی، مدیریتی و اجتماعی-فرهنگی مشاهده می‌شود.

در گردشگری دریایی، آلودگی نفتی و کمبود امکانات تفریحی مانند اسکله‌های مدرن از مهم‌ترین موانع هستند. این مسائل نه تنها جذابیت سواحل خلیج فارس را کاهش داده‌اند، بلکه رقابت با مقاصد بین‌المللی مانند دبی را دشوار کرده‌اند. همان‌طور که المطیری و المطیری (۲۰۱۸) اشاره کرده‌اند، استانداردهای ایمنی و زیرساخت‌های مدرن برای جذب گردشگران حیاتی هستند. در خوزستان، نشت نفت ناشی از فعالیت‌های صنعتی، تنوع زیستی را کاهش داده و

سلامت گردشگران را تهدید می‌کند. این امر نشان‌دهنده نیاز به مدیریت یکپارچه منابع و همکاری بین نهادهای دولتی و خصوصی برای پاکسازی سواحل و توسعه زیرساخت‌هاست.

در گردشگری تالابی، خشک‌شدن تالاب‌ها به دلیل پروژه‌های سدسازی و کشاورزی، همراه با آلودگی ناشی از فاضلاب‌های صنعتی، اکوسیستم‌های حساس هورالعظیم و شادگان را تهدید می‌کند. گزارش رامسر (۲۰۲۲) نیز این موضوع را تأیید می‌کند که بیش از ۵۰ درصد تالاب‌های جهان در معرض خطر هستند. این چالش‌ها نه تنها تنوع زیستی و جاذبه‌های اکوتوریستی را کاهش می‌دهند، بلکه مقاومت جوامع محلی به دلیل وابستگی به معیشت سنتی را افزایش می‌دهند. رویکرد AHP در این مطالعه نشان داد که سیاست‌های محدودکننده حفاظتی و نبود برنامه‌های ملی اکوتوریسم از موانع کلیدی هستند. این امر نیازمند بازنگری در سیاست‌های مدیریت منابع آب و تقویت آموزش جوامع محلی برای پذیرش گردشگری به عنوان منبعی پایدار است.

گردشگری رودخانه‌ای نیز با مشکلات مشابهی مانند آلودگی آب و کمبود زیرساخت مواجه است. سیلاب‌های فصلی و رسوب‌گذاری، فعالیت‌هایی مانند رفتینگ را خطرناک می‌کنند، در حالی که تعارضات با جوامع کشاورزی، توسعه را کند کرده است. نتایج AHP نشان داد که هزینه‌های بالای توسعه حاشیه رودخانه و کمبود سرمایه‌گذاری خصوصی از موانع اصلی هستند. این مسائل نشان‌دهنده نیاز به برنامه‌ریزی یکپارچه برای مدیریت منابع آب و ایجاد پارک‌های رودخانه‌ای با حمایت مالی دولت است.

در مورد سدهای خوزستان، مالکیت دولتی و قوانین سختگیرانه ایمنی، سرمایه‌گذاری خصوصی را محدود کرده‌اند. کمبود امکانات تفریحی مانند مناطق کمپینگ، پتانسیل گردشگری را هدر می‌دهد (فیروزی، ۱۳۹۵). یافته‌های این پژوهش نشان داد که چالش‌های اقتصادی و زیرساختی در این حوزه غالب هستند. این موضوع بر ضرورت اصلاح قوانین مالکیت و تشویق مشارکت بخش خصوصی تأکید دارد.

به طور کلی، استفاده از AHP در این مطالعه امکان اولویت‌بندی دقیق چالش‌ها را فراهم کرد و نشان داد که بدون هماهنگی بین نهادهای دولتی، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و مدیریت زیست‌محیطی، توسعه گردشگری آبی در خوزستان دشوار خواهد بود. این یافته‌ها با مطالعات جهانی مانند باتلر (۱۹۹۹) هم‌راستاست که بر اهمیت هماهنگی نهادی و مدیریت پایدار تأکید

دارند. با این حال، پتانسیل بالای خوزستان برای تبدیل شدن به قطب گردشگری آبی، با رفع این موانع و بهره‌گیری از رویکردهای یکپارچه، قابل دستیابی است. این امر مستلزم سیاست‌گذاری‌های کلان و همکاری بین‌بخشی است که در بخش بعدی به آن پرداخته می‌شود.

٦-نتیجه‌گیری و پیشنهادات

این پژوهش با هدف بررسی چالش‌ها و موانع توسعه گردشگری آبی در استان خوزستان، با استفاده از رویکرد تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP)، نشان داد که چالش‌های اقتصادی و زیست‌محیطی مهم‌ترین موانع در توسعه این صنعت هستند. این چالش‌ها در چهار حوزه گردشگری آبی (دریا، تالاب، رودخانه و سدها) به تفکیک بررسی شدند و نتایج نشان‌دهنده وجود موانع ساختاری، مدیریتی و اجتماعی-فرهنگی مشترک در کنار تفاوت‌های خاص هر حوزه است. آلودگی آب، کمبود زیرساخت‌های تفریحی، ضعف در سرمایه‌گذاری خصوصی و نبود هماهنگی نهادی از مهم‌ترین موانع شناسایی‌شده هستند که با یافته‌های مطالعات پیشین مانند گودرزی و همکاران (۱۳۹۹) و گاسلینگ و هال (۲۰۱۸) همخوانی دارند. این نتایج بر ضرورت اتخاذ رویکردی یکپارچه برای توسعه پایدار گردشگری آبی تأکید می‌کنند.

در گردشگری دریایی، آلودگی نفتی و فرسایش ساحلی، همراه با کمبود اسکله‌های مدرن، مانع از جذب گردشگران شده است. در تالاب‌ها، خشک‌شدن و آلودگی ناشی از فعالیت‌های کشاورزی و صنعتی، تنوع زیستی و جاذبه‌های اکوتوریستی را کاهش داده است. در رودخانه‌ها، مشکلات هیدرولوژیکی و تعارضات اجتماعی با جوامع محلی، توسعه را محدود کرده‌اند. در نهایت، گردشگری سدها با موانع حقوقی و کمبود امکانات تفریحی مواجه است. تحلیل AHP نشان داد که رفع این چالش‌ها نیازمند اولویت‌بندی منابع و سیاست‌گذاری هدفمند است.

این یافته ها با نتایج گودرزی و همکاران (۱۳۹۹) که در مطالعه‌ای در جنوب ایران به نقش محدودکننده‌ی عوامل زیست‌محیطی و اقتصادی در توسعه گردشگری آبی اشاره کردند، هم‌راستا است. همچنین، گاسلینگ و هال (۲۰۱۸) در سطح جهانی نیز بر این نکته تأکید دارند که عدم تعادل بین توسعه اقتصادی و پایداری زیست‌محیطی، بزرگ‌ترین تهدید برای گردشگری پایدار آبی محسوب می‌شود.

برخلاف بسیاری از مطالعات قبلی که گردشگری آبی را به‌صورت کلی بررسی کرده‌اند، این

پژوهش چالش‌ها را در چهار حوزه مجزا (دریا، تالاب، رودخانه، سدها) تحلیل کرده است. این رویکرد امکان طراحی راهبردهای هدفمند و متناسب با هر اکوسیستم را فراهم می‌کند به‌کارگیری تحلیل سلسله‌مراتبی برای وزن‌دهی به موانع، این پژوهش را از بسیاری از مطالعات کیفی گذشته متمایز می‌کند. این روش امکان تصمیم‌گیری مبتنی بر شواهد را برای سیاست‌گذاران فراهم می‌کند. در مقابل، بسیاری از پژوهش‌های قبلی (مانند مطالعات موردی در تالاب شادگان یا بندر امام) عمدتاً بر اساس مصاحبه یا مشاهده کیفی بوده‌اند و اولویت‌بندی سیستماتیکی ارائه نکرده‌اند

در مجموع پژوهش حاضر نه‌تنها یافته‌های قبلی را تأیید می‌کند، بلکه با ارائه تحلیل تفکیک‌شده و کمّی، گامی فراتر برداشته و زمینه را برای سیاست‌گذاری هوشمند و هدفمند در حوزه گردشگری آبی خوزستان فراهم می‌سازد. این رویکرد می‌تواند الگویی برای سایر استان‌های آب‌بر ایران نیز باشد.

برای رفع این موانع، پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

۱. تقویت مدیریت یکپارچه منابع آبی: هماهنگی بین وزارتخانه‌های نیرو، جهاد کشاورزی، محیط‌زیست و میراث فرهنگی برای مدیریت منابع آبی ضروری است. ایجاد شورایی متشکل از نمایندگان این نهادها می‌تواند تداخل وظایف را کاهش داده و سیاست‌گذاری یکپارچه را تسهیل کند.

۲. سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری: دولت باید با ارائه مشوق‌های مالی مانند معافیت‌های مالیاتی، سرمایه‌گذاری خصوصی در زیرساخت‌هایی مانند اسکله‌ها، مسیرهای پیاده‌روی و کمپینگ را تشویق کند. این امر به ویژه در سواحل خلیج فارس و حاشیه سدها حیاتی است.

۳. پاکسازی و حفاظت زیست‌محیطی: اجرای برنامه‌های پاکسازی آلودگی در رودخانه‌ها و تالاب‌ها، به‌ویژه کارون و شادگان، باید در اولویت قرار گیرد. استفاده از فناوری‌های نظارتی برای کنترل آلودگی نفتی در خلیج فارس و فاضلاب‌های صنعتی نیز ضروری است.

۴. آموزش و جلب مشارکت جوامع محلی: برنامه‌های آموزشی برای افزایش آگاهی جوامع محلی درباره مزایای گردشگری پایدار می‌تواند مقاومت‌ها را کاهش دهد. ایجاد تعاونی‌های محلی برای فعالیت‌های گردشگری مانند قایق‌رانی و پرنده‌نگری می‌تواند معیشت سنتی را با گردشگری تلفیق کند.

۵. توسعه بازاریابی دیجیتال: طراحی کمپین‌های تبلیغاتی دیجیتال برای معرفی جاذبه‌های آبی خوزستان، مشابه استراتژی‌های موفق استان‌های شمالی، می‌تواند تقاضای داخلی و خارجی را افزایش دهد. ایجاد پلتفرم‌های آنلاین برای رزرو تورهای آبی نیز توصیه می‌شود.

۶. اصلاح قوانین حقوقی و مدیریتی: بازنگری در قوانین مالکیت منابع آبی، به‌ویژه سدها، و تسهیل صدور مجوزهای تفریحی می‌تواند سرمایه‌گذاری خصوصی را تقویت کند. کاهش بوروکراسی و تسریع در فرآیندهای قانونی نیز ضروری است.

این پیشنهادات، با تمرکز بر مدیریت پایدار و همکاری بین‌بخشی، می‌توانند خوزستان را به قطب گردشگری آبی ایران تبدیل کنند. پتانسیل بالای این استان برای ایجاد اشتغال (تا ۷۵۰۰ شغل مستقیم در گردشگری دریایی) و توسعه اقتصادی، با رفع موانع شناسایی‌شده، قابل تحقق است. این امر نه تنها به رشد اقتصادی کمک می‌کند، بلکه با حفاظت از منابع طبیعی، به توسعه پایدار و اهداف برنامه هفتم توسعه (۱۴۰۲-۱۴۰۶) نیز یاری می‌رساند. در نهایت، موفقیت این راهکارها به تعهد سیاست‌گذاران و همکاری بخش‌های دولتی و خصوصی بستگی دارد.

منابع

- احمدی، فاطمه؛ رضایی، محمد؛ و کریمی، علی. (۱۳۹۸). چالش‌های زیست‌محیطی تالاب‌های خوزستان. ***فصلنامه محیط‌زیست و توسعه پایدار***، ۱۲(۳)، ۴۵-۶۲.
- رامسر. (۲۰۲۲). State of the World's Wetlands Report. Ramsar Convention Secretariat.
- رحیمی، حسن؛ و محمدی، جواد. (۱۳۹۷). آلودگی تالاب شادگان و تأثیر بر گردشگری. ***مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی***، ۲۲(۴)، ۸۹-۱۰۵.
- زرگری، احمد؛ و حسینی، سارا. (۱۳۹۶). تعارضات اجتماعی در گردشگری رودخانه‌ای خوزستان. **فصلنامه جامعه‌شناسی گردشگری**، ۵(۱), ۳۴-۵۰.
- سازمان حفاظت محیط‌زیست. (۱۴۰۰). ***گزارش آلودگی سواحل خلیج فارس***. تهران: انتشارات سازمان حفاظت محیط‌زیست.
- سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری. (۱۴۰۱). آمار گردشگری خوزستان. اهواز: دفتر استانی.
- فیروزی، محمدعلی. (۱۳۹۵). موانع توسعه گردشگری در سدهای ایران. ***نشریه برنامه‌ریزی و آمایش سرزمین***، ۸(۲), ۷۸-۹۵.
- فیروزی، محمدعلی. (۱۳۹۵). موانع توسعه گردشگری در سدهای ایران. ***نشریه برنامه‌ریزی و آمایش سرزمین***، ۸(۲)، ۷۸-۹۵.
- فیروزی، محمدعلی؛ گودرزی، مجید؛ و زارعی، رضا. (۱۳۹۴). برآورد حجم تقاضای گردشگری در استان خوزستان. ***فصلنامه فضای گردشگری***، ۳(۱۰)، ۲۳-۴۰.
- کاظمی، علی، و همکاران. (۱۳۸۸). شناسایی مزیت‌های رقابتی در صنعت گردشگری. ***مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای***, ۲(۵): ۱۱۰-۹۳.
- کمالی، مهدی، و آسایش، حمید. (۱۳۹۸). عوامل موثر بر گردشگری در ایران. ***جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای***, ۹(۳۷).۶۷۸-۶۵۹.
- گودرزی، مجید، و همکاران. (۱۳۹۹). بررسی و تحلیل موانع توسعه گردشگری آبی در استان خوزستان. فصلنامه علمی ***مطالعات مدیریت گردشگری***, ۱۵(۵۲).
- ***مرکز آمار ایران***. (۱۴۰۲). گزارش سالانه گردشگری.

- نجفی، اسدالله. (۱۳۸۹). به‌کارگیری فرایند تحلیل شبکه‌ای در تحلیل چالش‌های ساختاری. ***نشریه بین‌المللی مهندسی صنایع و مدیریت تولید***، ۲۱(۱)، ۱۵-۳۰.

۱. Al-Mutairi, A., & Al-Mutairi, S. (۲۰۱۸). Challenges in coastal tourism development in the Arabian Gulf. *Journal of Coastal Research*, *۸۵*, ۱۲۰–۱۳۵.

۲. Buhalis, D., & Law, R. (۲۰۰۸). Progress in information technology and tourism management: ۲۰ years on and ۱۰ years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, *۲۹*(۴), ۶۰۹–۶۲۳.

۳. Butler, R. W. (۱۹۹۹). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, *۱*(۱), ۷–۲۵.

۴. Creswell, J. W. (۲۰۱۴). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.

۵. Delbari, S. A., Ng, S. I., Aziz, Y. A., & Ho, J. A. (۲۰۱۶). An investigation of key competitiveness indicators and drivers of full-service airlines using Delphi and AHP techniques. *Journal of Air Transport Management*, *۵۲*, ۲۳–۳۴.

۶. Gössling, S. (۲۰۱۵). Tourism and water: Interrelationships and management. *Tourism Management*, *۵۰*, ۱۲–۲۰.

۷. Gössling, S., & Hall, C. M. (۲۰۱۸). *Sustainable tourism: A global perspective*. Routledge.

۸. Gössling, S., & Hall, C. M. (۲۰۱۹). Sharing versus collaborative economy: How to blur the line. *Tourism Management*, *۷۵*, ۱۰۵–۱۰۸.

۹. Graneheim, U. H., & Lundman, B. (۲۰۰۴). Qualitative content analysis in nursing research. *Nurse Education Today*, *۲۴*(۲), ۱۰۵–۱۱۲.

۱۰. Hall, C. M. (۲۰۰۵). Reconsidering the geography of tourism and contemporary mobility. *Geographical Review*, *۹۵*(۲), ۱۶۷–۱۸۳.

۱۱. Lee, T. H., & Jan, F. H. (۲۰۱۹). Can community-based tourism contribute to sustainable development? *Tourism Management*, *۷۰*, ۳۶۸–۳۸۰.

۱۲. Needham, M. D., & Szuster, B. W. (۲۰۱۶). Situational influences on normative evaluations of coastal tourism and recreation management strategies in Hawaii. *Tourism Management*, *۳۲*, ۷۳۲–۷۴۰.

۱۳. Orams, M. (۲۰۱۰). *Marine tourism: Development, impacts and management*. Routledge.

۱۴. Ramsar Convention. (۲۰۲۲). *State of the world's wetlands report*. Ramsar Convention Secretariat.

۱۵. Saaty, T. L. (۱۹۸۰). *The analytic hierarchy process*. McGraw-Hill.

۱۶. Saaty, T. L. (۲۰۰۸). Decision making with the analytic hierarchy process. *International Journal of Services Sciences*, *۱*(۱), ۸۳–۹۸.

۱۷. Sharpley, R. (۲۰۱۴). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, *۴۲*, ۳۷–۴۹.

۱۸. UNECE (United Nations Economic Commission for Europe). (۲۰۲۲). *Water and tourism: Challenges and opportunities*. United Nations.

۱۹. UNEP (United Nations Environment Programme). (۲۰۲۱a). *Riverine ecosystems and tourism*. United Nations Environment Programme.

۲۰. UNEP (United Nations Environment Programme). (۲۰۲۱b). *State of the marine environment in the Gulf*. United Nations Environment Programme.

۲۱. UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (۲۰۲۳a). *Tourism towards ۲۰۳۰: Global overview*. World Tourism Organization.

۲۲. UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (۲۰۲۳b). *World tourism barometer*. World Tourism Organization.

۲۳. UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (۲۰۲۴). *Tourism towards ۲۰۳۰*. World Tourism Organization.

۲۴. Vaidya, O. S., & Kumar, S. (۲۰۰۶). Analytic hierarchy process: An overview. *Management Decision*, *۴۴*(۶), ۷۸۸–۸۰۶.

۲۵. WTTC (World Travel & Tourism Council). (۲۰۲۲). *Economic impact reports*. World Travel & Tourism Council.

۲۶. WTTC (World Travel & Tourism Council). (۲۰۲۳). *Travel & tourism economic impact*. World Travel & Tourism Council.

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ۲۵۸-۲۳٦
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

توسعه بین‌المللی‌سازی کسب و کار، ریسک تجاری و مالی و برگشت‌پذیری ساختار سرمایه

حسنی جهانگشت[۱]
علی خوزین*[۲]
منصور گرکز[۳]
حسین آریائی نژاد[٤]

(تاریخ دریافت ۱۴۰۴/۶/۳۰ ـ تاریخ تصویب ۱۴۰۴/۱۲/۵)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
این مطالعه به بررسی چگونگی تأثیرگذاری فرآیند توسعه بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار بر ریسک مالی و تجاری و قابلیت برگشت‌پذیری ساختار سرمایه می‌پردازد. بین‌المللی‌سازی، که شامل فعالیت‌هایی مانند صادرات، واردات، تامین مالی، سرمایه‌گذاری خارجی و مشارکت در زنجیره‌های ارزش جهانی است، می‌تواند چشم‌انداز مالی و عملیاتی را به طور قابل توجهی تغییر دهد. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری اطلاعات، توصیفی و از

۱- دانشجوی دکتری، گروه حسابداری، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.
۲- دانشیار، گروه حسابداری، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران. (نویسنده مسئول)
khozein@iau.ac.ir
۳- دانشیار، گروه حسابداری، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.
۴- استادیار، گروه حسابداری، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.

نوع همبستگی می‌باشد. داده‌ها به وسیله پرسشنامه و از نمونه‌ای شامل ۴۰۰ نفر از مدیران مالی و حسابداران ارشد شرکت‌های ایرانی در سال ۱۴۰۴ جمع‌آوری گردیده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار باعث افزایش ریسک تجاری و سرعت برگشت‌پذیری ساختار سرمایه شده و بر ریسک مالی اثر کاهنده دارد. همچنین ریسک مالی باعث کاهش برگشت‌پذیری ساختار سرمایه می‌گردد. ورود به بازارهای جهانی می‌تواند منجر به تاثیرات متفاوت بر ریسک شود. شرکت‌هایی که با موفقیت در مسیر بین‌المللی توسعه می‌یابند، از طریق تنوع‌بخشی به منابع درآمدی و بازارهای خود، انعطاف‌پذیری بیشتری کسب نموده و ریسک مالی آنها کاهش و سرعت برگشت‌پذیری ساختار سرمایه افزایش می‌یابد، هرچند تغییرات محیطی و سیاسی تاثیر بیشتری بر افزایش ریسک تجاری آنها خواهد گذاشت. موفقیت در این زمینه به شدت به استراتژی‌های توسعه، مدیریت ریسک، توانایی جذب شوک‌های خارجی، سرعت واکنش به تغییرات بازار و دسترسی مؤثر به منابع مالی و انسانی بستگی دارد. بین‌المللی‌سازی در حالی که ظرفیت افزایش ریسک را دارد، اما با مدیریت صحیح می‌تواند به بهبود چشمگیر انعطاف‌پذیری مالی و برگشت‌پذیری ساختار سرمایه منجر شود.

واژه‌های کلیدی: بین‌المللی‌سازی، ریسک، ساختار سرمایه، برگشت‌پذیری، کسب‌وکار.

۱- مقدمه

در دنیای به هم پیوسته و پویای امروز، توسعه از بین‌المللی‌سازی کسب و کار به عنوان یک استراتژی بسیار مهم برای رشد و توسعه شرکت‌ها به ویژه شرکت‌های کوچک و متوسط اهمیت فزاینده‌ای یافته است (کیشک و راونیکولسون[۱]، ۲۰۲۵؛ باربا‌گلیا[۲]، ۲۰۲۴). این فرآیند، که شامل گسترش فعالیت‌ها به بازارهای خارج از مرزهای ملی می‌شود (چیلد[۳] و همکاران،۲۰۲۲؛ مرکبیان و همکاران، ۱۴۰۳)، می‌تواند فرصت‌های بی‌نظیری برای دسترسی به منابع جدید، بازارهای بزرگ‌تر، تنوع‌بخشی به درآمدها و کاهش وابستگی به یک بازار واحد فراهم آورد (کروس و

---

۱ - Kishk & Rao-Nicholson

۲ - Barbaglia

۳ - Child et al.

همکاران[۱]، ۲۰۱۵). با این حال، ورود به عرصه بین‌المللی نیازمند دانش و مهارت‌های مناسب بوده و چالش‌ها و پیچیدگی‌های خاص خود را نیز به همراه دارد (لاکشمن و همکاران[۲]، ۲۰۲۳) که می‌تواند بر جنبه‌های مختلف عملکرد شرکت، از جمله ساختار سرمایه، ریسک‌پذیری و برگشت‌پذیری آن تأثیرگذار باشد (ادورسون و مارینوا[۳]، ۲۰۲۰).

با وجود مزایای بسیار زیاد توسعه بین‌المللی‌سازی برای کسب و کارها معمولاً با محدودیت‌های خاصی روبه‌رو هستند (آزودولوبو[۴]، ۲۰۱۷) که می‌تواند با بین‌المللی‌سازی تشدید شود، از جمله محدودیت‌های مالی، کمبود منابع مدیریتی با تجربه بین‌المللی و عدم دسترسی برابر به اطلاعات بازارهای هدف (کرساکینی و تواروناویچینی[۵]، ۲۰۱۲). این ملاحظات در کنار ریسک‌های غیرمعمولی که از ورود به فضاهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی مختلف ناشی می‌شود، می‌تواند به‌طور معناداری بر تصمیمات استراتژیک آنان اثر بگذارد (آزدو و جونز[۶]، ۲۰۰۷) و ساختار سرمایه و نقش آن در پایداری مالی و عملیاتی شرکت را متاثر نماید. ساختار سرمایه، به عنوان ترکیب بدهی و حقوق صاحبان سهام در تامین مالی فعالیت‌های شرکت، یکی از مهم‌ترین تصمیم‌های مالی است که پیامدهای بلندمدتی بر ارزش و ثبات شرکت دارد. بین‌المللی‌سازی می‌تواند از طریق دسترسی به منابع مالی متنوع‌تر و ارزان‌تر، به بهینه‌سازی ساختار سرمایه کمک کند (بوچیری و همکاران[۷]، ۲۰۲۰)، اما همزمان می‌تواند ریسک‌های جدیدی نظیر نوسانات نرخ ارز، عدم قطعیت‌های سیاسی و اقتصادی در کشورهای خارجی و پیچیدگی‌های قانونی و تدوین مقررات را نیز به شرکت تحمیل کند (آلوارز[۸]، ۲۰۲۵). این ریسک‌ها می‌توانند بر توانایی شرکت

---

۱ - Kraus et al.

۲ - Lakshman, D., Kumarasinghe

۳ - Eduardsen & Marinova

٤ - Azevedo Lobo et al.

٥ - Korsakienė & Tvaronavičienė

٦ - Acedo & Jones

۷ - Buccieri et al.

۸ - Alvarez

شرکت در بازپرداخت بدهی‌ها و در نتیجه، بر ثبات ساختار سرمایه و برگشت‌پذیری آن در مواجهه با شوک‌های احتمالی تأثیر منفی بگذارند (ممدوف و والد[۱]، ۲۰۲۵).

با وجود اهمیت رو به رشد بین‌المللی‌سازی برای کسب‌وکارها و تأثیر بالقوه آن بر ابعاد مالی شرکت، پژوهش‌های محدودی به طور خاص به بررسی جامع تأثیر توسعه بین‌المللی‌سازی کسب و کار بر ریسک و برگشت‌پذیری ساختار سرمایه در شرکت‌های مختلف پرداخته‌اند (تازیکی و همکاران[۲]، ۲۰۲۳). بیشتر مطالعات موجود بر شرکت‌های بزرگ و چندملیتی تمرکز دارند (لین[۳]، (لین[۳]، ۲۰۲۵) و یا به صورت مجزا به تأثیر بین‌المللی‌سازی بر ریسک یا بر ساختار سرمایه می‌پردازند، بدون اینکه ارتباط متقابل این سه مفهوم را در قالب یک مدل جامع مورد بررسی قرار دهند. این شکاف پژوهشی، نیاز به یک بررسی عمیق‌تر را برجسته می‌سازد تا درک بهتری از مکانیزم‌های تأثیر بین‌المللی‌سازی بر ابعاد مالی حیاتی کسب‌وکارها فراهم آورد. از این رو هدف این پژوهش بررسی تاثیر بین‌المللی‌سازی کسب و کار بر ریسک و برگشت‌پذیری ساختار سرمایه بوده است.

۲- مبانی نظری و بیان فرضیه‌ها

توسعه از طریق بین‌المللی‌سازی تاثیرات متفاوتی بر همه ارکان شرکت‌ها از جمله انواع ریسک و ساختار سرمایه خواهد داشت (چیلد و همکاران،۲۰۲۲). حضور در بازارهای بین‌المللی می‌تواند امکان دسترسی به سرمایه با هزینه‌های کمتر فراهم آورد (کیشک و راونیکولسون، ۲۰۲۵)، به ویژه در صورت وجود بازارهای سرمایه با نرخ‌های بهره مناسب یا وجود تسهیلات مالی ویژه برای کسب‌وکارها در کشورهای مختلف. برخلاف بازارهای داخلی، نوسان نرخ ارز می‌تواند جریان‌های نقدی بدهی‌های ارزی را تحت تأثیر قرار دهد و به خطرات نقدینگی اضافه کند (نوری، ۱۴۰۲؛ کرساکینی و تواروناویچینی، ۲۰۱۲). همچنین تغییرات قوانین، تعرفه‌ها، تحریم‌ها و بی‌ثباتی اقتصادی می‌توانند بر توانایی بازپرداخت بدهی‌ها و توزیع سود اثر بگذارند و باعث

---

۱ - Mammadov & Wald

۲ - taziki et al.

۳ - Lin

افزایش ریسک تجاری و مالی و کاهش سرعت برگشت‌پذیری ساخار سرمایه به وضعیت بهینه گردد (لاکشمن و همکاران، ۲۰۲۵؛ ادورسون و مارینوا، ۲۰۲۰).

مفهوم برگشت‌پذیری ساخار سرمایه به سرعت برگشت و رسیدن ساختار سرمایه به ترکیب بهینه آن گفته می‌شود (فوکاچی[۱]، ۲۰۱۷). ممکن است شرکت‌ها به هر دلیلی از جمله رشد در اثر بین‌المللی‌سازی نیاز به تامین مالی از طریق روش‌های مختلف مانند افزایش سرمایه، استقراض، خریدهای اعتباری و غیره داشته باشند و در اثر این موارد از وضعیت بهینه ساختار سرمایه که بیشترین ارزش برای شرکت به همراه دارد، خارج گردند. برگشت‌پذیری ساخار سرمایه به این معنی است که پس از دگرگونی ساختار سرمایه شرکت‌ها، چه میزان انعطاف‌پذیری و سرعت در بازگشت به حالت بهینه برای شرکت‌ها وجود دارد. در این بین تفاوت‌های قوانین مالی و گزارشگری در کشورهای خارجی می‌تواند هزینه‌های انطباق و محدودیت‌های گزارشگری را افزایش دهد (تازیکی و همکاران، ۲۰۲۳). هچنین درآمدهای متنوعی که از بازارهای مختلف به دست می‌آیند، می‌تواند ریسک بازپرداخت بدهی‌ها را کاهش داده و پایداری ساختار سرمایه را تقویت کند، یا بالعکس در صورت وابستگی به یک بازار خاص، ریسک افزایش یابد (آزودولوبو، ۲۰۱۷). با نگاهی دیگر برگشت‌پذیری به توانایی شرکت برای بازیابی یا حفظ سطح عملکرد مالی پس از شوک‌های خارجی یا داخلی اشاره دارد. وجود درآمدهای تثبیت‌شده و متنوع در سطح بین‌المللی و داخلی، نسبت‌های پوشش بهره و توان بازپرداخت بدهی در برابر نقدینگی شرکت و دسترسی به منابع مالی پشتیبان و توان تغییر ساختار سرمایه به سرعت در پاسخ به شوک‌ها از جمله عواملی هستند که می‌توانند برگشت‌پذیری ساختار سرمایه را تحت تاثیر قرار دهند (فوکاچی، ۲۰۱۷).

بر اساس تئوری سلسله مراتب شرکت‌هایی که با بین‌المللی‌سازی توسعه می‌یابند، می‌توانند ریسک کسب‌وکار خود را از یک بازار واحد به بازارهای مختلف گسترش دهند (لین، ۲۰۲۵). این گسترش ریسک می‌تواند بر ساختار سرمایه تاثیر بگذارد، زیرا شرکت‌ها ترجیح می‌دهند ابتدا

---

۱ - Focacci

از سودهای داخلی، سپس از بدهی و در نهایت از سهام جدید برای تامین مالی استفاده کنند. بین‌المللی‌سازی ممکن است دسترسی به منابع مالی متنوع‌تر را فراهم کند و بر این سلسله مراتب تاثیر بگذارد. بر اساس تئوری مصالحه شرکت‌ها بین مزایای بدهی (مانند سپر مالیاتی) و هزینه‌های بدهی (مانند هزینه‌های ورشکستگی) یک بده‌بستان ایجاد می‌نمایند. بین‌المللی‌سازی می‌تواند هم مزایا (دسترسی به بازارهای بدهی بین‌المللی) و هم هزینه‌ها (ریسک‌های بین‌المللی) را تغییر دهد و در نتیجه بر نقطه بهینه ساختار سرمایه تاثیر بگذارد (آلوارز، ۲۰۲۵).

تئوری نمایندگی نیز به مشکلات بین مدیران و سهامداران می‌پردازد. بین‌المللی‌سازی ممکن است مشکلات نمایندگی را تشدید کند (به دلیل پیچیدگی بیشتر و عدم تقارن اطلاعاتی) و این می‌تواند بر تصمیمات مربوط به ساختار سرمایه (به عنوان ابزاری برای کاهش مشکلات نمایندگی) تاثیر بگذارد (ممدوف و والد، ۲۰۲۵). با توجه به مراتب فوق فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر تدوین گردیده است:

فرضیه اول: بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار باعث افزایش ریسک تجاری می‌گردد.

فرضیه دوم: بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار باعث کاهش ریسک مالی می‌گردد.

فرضیه سوم: بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار باعث افزایش برگشت‌پذیری ساختار سرمایه می‌گردد.

فرضیه چهارم: افزایش ریسک تجاری باعث افزایش برگشت‌پذیری ساختار سرمایه می‌گردد.

فرضیه پنجم: افزایش ریسک مالی باعث کاهش برگشت‌پذیری ساختار سرمایه می‌گردد.

۳- پیشینه پژوهش

اهمیت توجه به مباحث توسعه بین‌المللی‌سازی و تاثیر آن بر فرایندهای مدیریت ریسک و مدیریت ساختار سرمایه جهت کسب ارزش مورد انتظار و اهمیت قرار گرفتن در زنجیره عرضه جهانی برای کسب امنیت همه جانبه، انگیزه اصلی برای انجام این پژوهش بوده است. بررسی پیشینه پژوهش نیز لزوم درک بهتر اینگونه موارد و مزایای بی‌شماری که می‌تواند برای توسعه کشور داشته باشد را نشان داده است.

یافته‌های شاه‌آبادی و همکاران (۱۴۰۴) نشان دادند که تامین مالی و افزایش سرمایه‌گذاران خطرپذیر و جسور خلأ دسترسی به منابع مالی مورد نیاز را (به علت ریسک بالای این فعالیت‌ها معمولاً رغبت کمی برای ورود به این کار وجود دارد و شانس واحدهای تولیدی در جذب

سرمایه به روش سنتی برای تجاری‌سازی ایده‌ها بسیار پایین می‌باشد) پوشش داده و بدین طریق امکان تولید و صادرات بین‌المللی با هزینه کمتر و رقابت‌پذیری بیشتر را فراهم نمود.

عوامل کلیدی موثر بر بین‌المللی‌سازی صنعت خودرو در ایران مطابق با پژوهش پاشایی و همکاران (۱۴۰۳) شامل ویژگی‌های صنعت خودروسازی، صادرات، وضعیت اقتصاد داخلی، وضعیت اقتصادی کشور هدف، سرمایه انسانی، زنجیره تامین، تعامل با خودروسازان جهانی، داشتن مزیت رقابتی، تحقیق و توسعه، دولت، سرمایه‌گذاری خارجی، تامین مالی، انعقاد قراردادهای تجاری مناسب، تولید در کشور هدف و استاندارد جهانی به عنوان عوامل کلیدی موثر بر بین‌المللی‌سازی صنعت خودرو در کشور هستند.

مرکبیان و همکاران (۱۴۰۳) به بررسی چالش‌های موجود بر سر راه بین‌المللی نمودن کسب وکارهای کوچک و متوسط پرداختند و نتایج نشان داد که دیجیتالی‌سازی فرآیندهای اطلاعاتی به عنوان یک فناوری برتر در این نوع کسب و کارها می‌تواند این چالش‌ها را مرتفع نماید.

نوری (۱۴۰۲) تحلیل ریسک در مدیریت بازاریابی بین‌الملل را مورد بررسی قرار داده که مشخص شد تولیدکنندگان با افزایش حجم تولید تک محصولی و انبوه خود، سعی در کسب سود بیشتر داشتند و بازارها غالباً دارای شکل انحصاری بودند و آنچه مردم به اجبار خریداری می کردند کالا یا خدمات تند بازار محسوب می‌شد.

کیشک و راونیکولسون (۲۰۲۵) اظهار داشتند تفاوت‌های ریسک استراتژی‌های بین‌المللی‌سازی مانند بین‌المللی‌سازی فروش (یک استراتژی کم‌ریسک) و بین‌المللی‌سازی دارایی (یک استراتژی پرخطر) در این فرایندها موثر است. یافته‌های آنها نشان داد ریسک و ساختار سرمایه تاثیر دو طرفه بر بین‌المللی‌سازی دارند.

یافته‌های لاکشمن و همکاران (۲۰۲۵) نشان داد که در فرایند بین‌المللی‌شدن قابلیت‌های بازاریابی و قابلیت‌های شبکه‌ای، تکنولوژی مورد استفاده و مدیریت ریسک به طور قابل توجهی و مثبت با بین‌المللی شدن شرکت‌ها در ارتباط بوده است.

یافته‌های آلوارز (۲۰۲۵) نشان می‌دهد که تجربه بین‌المللی مدیران باعث کاهش ریسک تجاری شده و به‌طور غیرمستقیم بر میزان بین‌المللی‌شدن شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیر می‌گذارد. فعالیت‌های بین‌المللی عامل کلیدی موثر بر درجه بین‌المللی‌شدن شرکت‌ها است. همچنین و به

طور موثر ادراکات ریسک‌های مالی و تجاری مرتبط با گسترش بین‌المللی شرکت بر سطح فعالیت پیشگیرانه مدیران در بازارهای بین‌المللی تأثیر می‌گذارد.

باربا‌گلیا (۲۰۲۴) تاثیر تصمیم‌گیری‌های مالی بر بین‌المللی‌سازی و اثرات ساختار سرمایه بر عملکرد را بررسی نمودند و مشخص شد شرکت‌هایی که سهم بدهی بیشتری دارند، به ویژه هنگامی که به مشکلات مالی نزدیک‌تر هستند، در مدیریت عملکرد ضعف دارند.

آزودولوبو (۲۰۱۷) با مطالعه تجربی بر روی ۳۲۰ شرکت بین‌المللی پرتغالی، یک مدل نظری که عوامل تقویت‌کننده بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار را اندازه‌گیری می‌کند، با شواهدی از اهمیت «شبکه‌ها»، «مهارت‌های خاص کارگران آن»، «تجربه بین‌المللی آن» ارائه نمود. کارگران و میل کارآفرینی و ریسک‌پذیری کارکنان و تیم مدیریت ارشد، مطابق با نظریه سرمایه انسانی، نظریه شناختی اجتماعی بر شیوه‌های بین‌المللی موثر هستند.

کرساکینی و تواروناویچینی (۲۰۱۲) پژوهشی با هدف مقایسه بین‌المللی‌سازی شرکت‌های کوچک و متوسط لیتوانیایی و نروژی با بررسی انگیزه‌های اصلی و موانع محدودکننده فرآیند بین‌المللی‌سازی انجام دادند. یافته‌های پژوهش الگوهای بین‌المللی‌سازی را با در نظر گرفتن جنبه‌های مدل‌های نظری اصلی آشکار نمود و مشخص گردید در فرایند بین‌المللی‌سازی عواملی مانند ریسک‌پذیری، سطح تکنولوژی، شرایط کارآفرینی و نزدیکی جغرافیایی به عنوان مهم‌ترین معیارها در مسیر انتخاب بازار بین‌المللی مورد تأکید هستند.

٤- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری اطلاعات، توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. برای بدست آوردن داده‌های پژوهش از پرسشنامه پژوهشگرساخته استفاده گردیده است. نمره‌گذاری کلیه پرسشنامه‌ها بر اساس طیف لیکرت صورت گرفته است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، نمونه‌ای از مدیران مالی و حسابداران ارشد شرکت‌های ایرانی در سال ۱۴۰۴ انتخاب گردیده است. به دلیل ماهیت پژوهش، حجم زیاد جامعه و ممکن نبودن بررسی تمام جامعهٔ آماری از روش نمونه در دسترس به تعداد ۴۰۰ عدد استفاده گردیده و سپس داده‌ها از طریق الگویابی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزار پی ال اس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای اندازه‌گیری مقدار پایایی ابزار اندازه‌گیری از معیار آلفای کرونباخ که

نوعی همسانی درونی می‌باشد، استفاده گردیده است. محدوده این معیار از صفر (عدم ارتباط مثبت و قابلیت اعتماد کمتر) تا یک (ارتباط کامل و قابلیت اعتماد بیشتر) می‌باشد که برای پرسشنامه این پژوهش، میزان آلفای بیشتر از ۰/۷ بوده که حاکی از پایایی مناسب پرسشنامه‌های این پژوهش دارد.

جهت انجام تحلیل عاملی، نخست باید بررسی نمائیم که آیا می‌توان از داده‌های پرسشنامه تهیه شده برای تحلیل استفاده نمود یا خیر؟ برای این منظور به محاسبه مقدار **KMO** پرداخته شده که مقدار آن همواره بین ۰ تا ۱ در نوسان است و اگر مقدار آن از ۰/۷ بیشتر باشد، آنگاه همبستگی‌های موجود در بین داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب خواهد بود. از طرف دیگر برای اطمینان از مناسب بودن داده‌ها مبنی بر اینکه ماتریس همبستگی‌هایی که پایه تحلیل قرار می-گیرد، در جامعه برابر با صفر نیست، از آزمون بارتلت استفاده گردیده است. به بیان دیگر با استفاده از آزمون بارتلت می‌توان از کفایت نمونه‌گیری به وسیله پرسشنامه اطمینان حاصل کرد. نتایج حاصل که در جدول شماره (۱) نشان داده شده است، نشانگر مناسب بودن همبستگی‌های موجود بین داده‌ها برای تحلیل عاملی و کفایت نمونه‌گیری است.

جدول (۱)- نتایج شاخص KMO و آزمون بارتلت

اندازه گیری کفایت نمونه گیری کیزر- میر- اولکین		**۰/۸۳۱**
آزمون کرویت بارتلت	تقریب کااسکوئر(کای مربع)	۱۸۷۳۴/۵۳۶
	درجه آزادی	۶۶۶
	سطح معناداری	۰/۰۰۰

نتیجه آزمون اشتراکات اولیه که میزان مقادیر اولیه و استخراجی را نشان می‌دهد و نشان‌دهندهٔ اشتراک یک متغیر (گویه) برابر با مربع همبستگی چندگانه ($\mathbf{R^2}$) با عامل‌ها است نشان‌دهندهٔ مناسب بودن تمامی پرسش‌ها در فرآیند تحلیل عاملی می‌باشد. محاسبات کل واریانس تبیین شده که قسمتی از آن در جدول شماره (۲) نمایش داده شده است، نشان می‌دهد که ۳۷ پرسش در این پژوهش، نه عامل را تشکیل می‌دهند و این عامل‌ها در بیش از ۸۳ درصد واریانس را تبیین و پوشش می‌نماید که در واقع نشان‌دهندهٔ روایی مناسب سؤالات می‌باشد.

جدول (۲)- واریانس تبیین شده

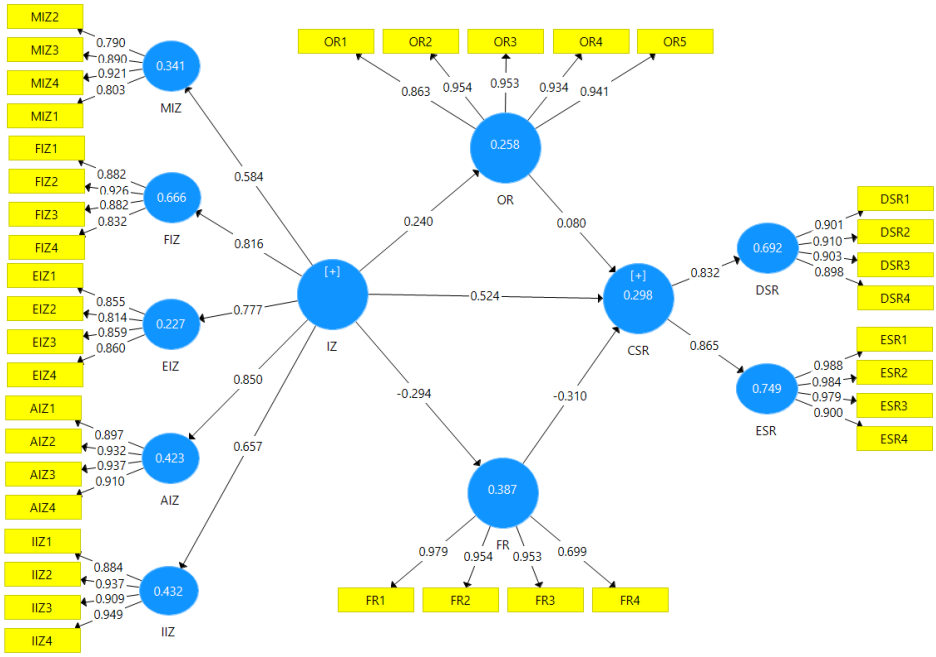
عامل‌ها	مقدار ویژه			مجموع مجذور بارهای عاملی(قبل از چرخش)		
	جمع	نسبت از واریانس (به درصد)	درصد تجمعی	جمع	نسبت از واریانس (به درصد)	درصد تجمعی
۱	۹/۸۲۳	۲۶/۵۴۹	۲۶/۵۴۹	۹/۸۲۳	۲۶/۵۴۹	۲۶/۵۴۹
۲	۴/۶۹۷	۱۲/۶۹۳	۳۹/۲۴۳	۴/۶۹۷	۱۲/۶۹۳	۳۹/۲۴۳
۳	۳/۵۲۰	۹/۵۱۵	۴۸/۷۵۸	۳/۵۲۰	۹/۵۱۵	۴۸/۷۵۸
۴	۲/۹۹۴	۸/۰۹۳	۵۶/۸۵۰	۲/۹۹۴	۸/۰۹۳	۵۶/۸۵۰
۵	۲/۵۲۳	۶/۸۲۰	۶۳/۶۷۰	۲/۵۲۳	۶/۸۲۰	۶۳/۶۷۰
۶	۲/۲۵۵	۶/۰۹۴	۶۹/۷۶۵	۲/۲۵۵	۶/۰۹۴	۶۹/۷۶۵
۷	۲/۰۷۰	۵/۵۹۴	۷۵/۳۵۹	۲/۰۷۰	۵/۵۹۴	۷۵/۳۵۹
۸	۱/۵۷۶	۴/۲۶۰	۷۹/۶۱۹	۱/۵۷۶	۴/۲۶۰	۷۹/۶۱۹
۹	۱/۳۶۱	۳/۶۸۰	۸۳/۲۹۸	۱/۳۶۱	۳/۶۸۰	۸۳/۲۹۸

٤- یافته‌ها و تحلیل

در این مرحله ابتدا ماتریس چرخش یافتهٔ عاملی مورد بررسی قرار می‌گیرد. ماتریس چرخش یافتهٔ عاملی نشان‌دهنده همبستگی گویه (پرسش‌ها یا متغیرها) و عامل بوده که براساس میزان همبستگی این ارتباط مشخص می‌گردد. در این ماتریس چنانچه بارهای عاملی یا همان نمرهای عاملی هر یک از پرسش‌های مربوط به متغیرها بزرگتر از ۰/۵ باشد آنگاه زیر چتر عامل مورد نظر قرار گرفته و هر چقدر میزان این ضریب بیشتر باشد عامل مورد نظر نقش بیشتری در کل تغییرات (واریانس) متغیر موردنظر دارد. جدول شماره (۳) نشان دهنده این است که چه پرسش‌هایی و با چه بارهای عاملی به این عامل‌ها مرتبط هستند.

جدول (۳)- ماتریس چرخش یافته عاملی									
پرسش	MIZ	FIZ	EIZ	AIZ	IIZ۱	OR	FR	DSR	ESR
۱	/۷۳۶ ۰	/۸۱۳ ۰	/۶۸۴ ۰	۰/۸۶۹	/۸۳۲ ۰	/۸۷۰ ۰	/۹۴۶ ۰	/۸۵۰ ۰	۰/۹۲۶
۲	/۶۹۹ ۰	/۷۹۴ ۰	/۶۳۳ ۰	۰/۹۰۵	/۸۸۲ ۰	/۹۲۶ ۰	/۹۱۴ ۰	/۸۳۵ ۰	۰/۹۲۴
۳	/۹۰۸ ۰	/۸۲۹ ۰	/۹۱۶ ۰	/۹۰۵	/۹۰۲	/۹۲۶ ۰	/۹۱۸ ۰	/۸۱۴ ۰	/۹۲۰
۴	/۹۳۸ ۰	/۶۶۸ ۰	/۹۱۸ ۰	۰/۸۵۳	/۹۰۴ ۰	/۹۱۶ ۰	/۷۴۵ ۰	/۸۲۴ ۰	۰/۸۸۳
۵						/۹۲۲ ۰			

درادامه و در شکل ۱ مدل تحلیل عاملی در حالت استاندارد ارائه شده است. نتایج برازش مدل ساختاری و بررسی ضرایب معناداری را نمایان می‌سازد.



شکل (۱)- مدل تحلیل عاملی در حالت استاندارد

همچنین یافته‌های مربوط به برازش مدل اندازه‌گیری متغیر در جدول شماره ۴ آمده است.

جدول (٤)- شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری متغیر پژوهش

عامل	نشان	شاخص	بار عاملی	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha>۰/۷)	ضریب پایایی ترکیبی (CR>۰/۷)	میانگین واریانس استخراجی (AVE>۰/۵)
بین-المللی سازی	IZ	MIZ۱	۰/۸۰۳	۰/۸۸۸	۰/۹۰۴	۰/۵۵۳
		MIZ۲	۰/۷۹۰			
		MIZ۳	۰/۸۹۰			
		MIZ۴	۰/۹۲۱			
		FIZ۱	۰/۸۸۲			
		FIZ۲	۰/۹۲۶			
		FIZ۳	۰/۸۸۲			
		FIZ۴	۰/۸۳۲			
		EIZ۱	۰/۸۵۵			
		EIZ۲	۰/۸۱۴			

		EIZ۳	۰/۸۵۹			
		EIZ۴	۰/۸۶۰			
		AIZ۱	۰/۸۹۷			
		AIZ۲	۰/۹۳۲			
		AIZ۳	۰/۹۳۷			
		AIZ۴	۰/۹۱۰			
		IIZ۱	۰/۸۸۴			
		IIZ۲	۰/۹۳۷			
		IIZ۳	۰/۹۰۹			
		IIZ۴	۰/۹۴۹			
ریسک تجاری	OR	OR۱	۰/۸۶۳	۰/۹۶۰	۰/۹۶۹	۰/۸۶۴
		OR۲	۰/۹۵۴			
		OR۳	۰/۹۵۳			
		OR۴	۰/۹۳۴			
		OR۵	۰/۹۴۱			
ریسک مالی	FR	FR۱	۰/۹۷۹	۰/۹۲۲	۰/۹۴۶	۰/۸۱۶
		FR۲	۰/۹۵۴			
		FR۳	۰/۹۵۳			
		FR۴	۰/۶۹۹			
برگشت پذیری ساختار سرمایه	CSR	DSR۱	۰/۹۰۱	۰/۹۱۵	۰/۹۳۱	۰/۶۳۰
		DSR۲	۰/۹۱۰			
		DSR۳	۰/۹۰۳			
		DSR۴	۰/۸۹۸			
		ESR۱	۰/۹۸۸			
		ESR۲	۰/۹۸۴			
		ESR۳	۰/۹۷۹			
		ESR۴	۰/۹۰۰			

در ستون چهارم جدول شماره (۴) ضرایب بارهای عاملی نشان داده شده است. مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۴ بوده و از آنجاکه تمامی اعداد ضرایب بارهای عاملی پرسش‌ها از ۰/۴ بیشتر است بنابراین معیار انتخاب شده برای اندازه‌گیری مولفه‌ها مناسب است. همچنین با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰/۷ است و مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیارها در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی را تأیید نمود. همینطور ستون آخر جدول شماره (۴) نیز مقدار روایی همگرای متغیرها را نشان می‌دهد. با توجه به اینکه مقدار مناسب برای میانگین واریانس استخراج شده برابر با ۰/۵ است و مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیار در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، در نتیجه مناسب بودن روایی همگرای پژوهش تأیید می‌شود.

مطابق با جدول شماره (۵)، معیار دیگر در بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش ضرایب $\mathbf{R}^2$ مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است. $\mathbf{R}^2$ معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی $\mathbf{R}^2$ در نظر گرفته می‌شود.

جدول (۵)- نتایج معیار $\mathbf{R}^2$ برای سازه درون‌زا

متغیر مکنون	نشان	R^2		متغیر مکنون	نشان	R^2
بازاریابی بین‌المللی	MIZ	۰/۳۴۱		ریسک تجاری	OR	۰/۲۵۸
بین‌المللی سازی تامین مالی	FIZ	۰/۶۶۶		ریسک مالی	FR	۰/۳۸۷
صادرات و واردات بین‌المللی	EIZ	۰/۲۲۷		برگشت‌پذیری ساختار بدهی	DSR	۰/۶۹۲
فعالیت بین‌المللی	AIZ	۰/۴۲۳		برگشت‌پذیری ساختار حقوق	ESR	۰/۷۴۹
سرمایه‌گذار بین‌المللی	IIZ	۰/۴۳۲		صاحبان سهام		

اطمینان برازش مدل کلی نیز از طریق معیار نیکوئی برازش حاصل می‌گردد که از طریق فرمول ۱ محاسبه می‌گردد و در جدول شماره (۶) ارائه شده است.

$$GOF = \sqrt{\overline{communalities} \times \overline{R^2}} \quad \text{(نیکوئی برازش)} \qquad (۱)$$

مقدار ***Communalities*** از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان پژوهش به دست می‌آید. با توجه به مقدار بدست آمده برای نیکوئی برازش به میزان ۰/۶۱۵، برازش بسیار مناسب مدل

کلی تأیید می‌شود.

جدول (٦)- میزان Communality و R^2 متغیرهای پژوهش

متغیرهای مکنون	نشان	Communality	R^2
بازاریابی بین‌المللی	MIZ	۰/۷۲۷	۰/۳۴۱
بین‌المللی‌سازی تامین مالی	FIZ	۰/۷۷۶	۰/۶۶۶
صادرات و واردات بین‌المللی	EIZ	۰/۷۱۸	۰/۲۲۷
فعالیت بین‌المللی	AIZ	۰/۸۴۵	۰/۴۲۳
سرمایه‌گذاری بین‌المللی	IIZ	۰/۸۴۷	۰/۴۳۲
ریسک تجاری	OR	۰/۸۶۴	۰/۲۵۸
ریسک مالی	FR	۰/۸۱۶	۰/۳۸۷
برگشت‌پذیری ساختار بدهی	DSR	۰/۸۱۵	۰/۶۹۲
برگشت‌پذیری ساختار حقوق صاحبان سهام	ESR	۰/۹۲۸	۰/۷۴۹
Communalities	R۲	GOF	
۰/۸۱۵	۰/۴۶۴	۰/۶۱۵	

در نهایت در جدول شماره (۷) نتایج رابطهٔ مستقیم و ضرایب معناداری فرضیه‌های مدل پژوهش ارائه شده است.

جدول (۷)- نتایج رابطهٔ مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات مدل پژوهش

مسیر	نشان	ضریب مسیر (β)	معناداری (T_Value)	نتیجه آزمون
بین‌المللی‌سازی←ریسک تجاری	OR←IZ	۰/۲۴۰	۴/۲۶۸	قبول
بین‌المللی‌سازی←ریسک مالی	FR←IZ	-۰/۲۹۴	۵/۷۷۴	قبول
بین‌المللی سازی←برگشت‌پذیری ساختار سرمایه	CSR←IZ	۰/۵۲۴	۱۳/۴۶۶	قبول
ریسک تجاری←برگشت‌پذیری ساختار سرمایه	CDR←OR	۰/۰۸۰	۱/۸۷۵	رد
ریسک مالی← برگشت‌پذیری ساختار سرمایه	CSR←FR	-۰/۳۱۰	۴/۲۴۱	قبول

با توجه به شکل ۱ و جدول شماره (۷)، می‌توان گفت ضریب استاندارد شده یا ضریب مسیر بین

دو متغیر بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار و ریسک تجاری برابر با ۰/۲۴۰ و ضریب معناداری بین این دو متغیر نیز ۴/۲۶۸ و بیشتر از قدر مطلق ۱/۹۶ بوده است که نشان دهنده تائید فرضیه اول است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار باعث افزایش ریسک تجاری می‌گردد. همچنین فرضیه دوم نیز تائید گردید؛ زیرا ضریب استاندارد شده بین دو متغیر بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار و ریسک مالی برابر با ۰/۲۹۴- و ضریب معناداری بین این دو متغیر نیز ۵/۷۷۴ گردیده که نشان می‌دهد بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار باعث کاهش ریسک مالی می‌گردد. برای متغیرهای فرضیه سوم که شامل بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار و برگشت‌پذیری ساختار سرمایه هستند، ضریب استاندارد شده بین دو متغیر به میزان ۰/۵۲۴ و ضریب معناداری نیز ۱۳/۴۶۶ گردیده است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار باعث افزایش برگشت-پذیری ساختار سرمایه می‌گردد.

از سوی دیگر با توجه به شکل ۱ و جدول شماره (۷) ضریب مسیر بین دو متغیر ریسک تجاری و برگشت‌پذیری ساختار سرمایه، ۰/۰۸۰ و ضریب معناداری ۱/۸۷۵ بوده و بنابراین فرضیه چهارم تائید نمی‌گردد؛ لکن فرضیه پنجم تائید می‌گردد زیرا ضریب استاندارد شده بین دو متغیر ریسک مالی و برگشت‌پذیری ساختار سرمایه برابر با ۰/۳۱۰- و ضریب معناداری بین این دو متغیر نیز ۴/۲۴۱ گردیده نشان می‌دهد افزایش ریسک مالی باعث کاهش برگشت‌پذیری ساختار سرمایه می‌شود.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

کسب‌وکارها وقتی وارد بازارهای جهانی می‌شوند، از یک سو فرصت‌های جدیدی برای رشد و سود بیشتر پیدا می‌کنند، اما این مسیر می‌تواند ریسک‌های تجاری را هم افزایش دهد. این افزایش ریسک از چند جهت قابل تحلیل است. نخست پیچیدگی‌های فرهنگی و سیاسی است که هر کشوری قوانین، آداب و رسوم و ثبات سیاسی خاص خودش را دارد. هرچند ریسک‌های مالی و اقتصادی، عملیاتی و پشتیبانی نیز مطرح هستند. نرخ ارزهای مختلف، تورم و نوسانات اقتصادی جهانی می‌توانند سودآوری شرکت را تحت تأثیر قرار دهند. مدیریت زنجیره تأمین در سطح بین‌المللی با چالش‌های بیشتری همراه است، از جمله مشکلات حمل و نقل، گمرک و هماهنگی با تأمین‌کنندگان و توزیع‌کنندگان در نقاط مختلف دنیا.

توسعه بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار، با وجود افزایش برخی ریسک‌های عملیاتی و سیاسی، می‌تواند به طور استراتژیک منجر به کاهش ریسک مالی کلی یک شرکت شود. این کاهش ریسک به طور عمده از طریق تنوع‌بخشی محقق می‌گردد. وقتی یک شرکت عملیات خود را به بازارهای مختلف بین‌المللی گسترش می‌دهد، وابستگی خود را به یک بازار واحد کاهش می‌دهد. به این ترتیب، نوسانات اقتصادی، رکودها یا بحران‌های خاص یک منطقه جغرافیایی، کمتر بر کل درآمدهای شرکت تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، اگر یک بازار با چالش مواجه شود، بازارهای دیگر می‌توانند با عملکرد پایدار یا حتی رشد، شوک‌های مالی را جذب کنند. علاوه بر این، دسترسی به منابع مالی و اعتباری متنوع‌تر در کشورهای مختلف می‌تواند هزینه‌های سرمایه را کاهش داده و انعطاف‌پذیری مالی شرکت را افزایش دهد. تنوع‌بخشی ارزی نیز از دیگر مزایای آن است؛ با داشتن درآمد و هزینه‌ها در ارزهای مختلف، شرکت می‌تواند در برابر نوسانات شدید یک ارز خاص، مقاومت بیشتری از خود نشان دهد و ریسک نوسانات ارزی را به نوعی مدیریت کند. در نتیجه، بین‌المللی‌سازی با ایجاد سبد گسترده‌تری از فرصت‌ها و کاهش تمرکز بر یک نقطه، ساختار مالی شرکت را مقاوم‌تر و در برابر شوک‌های ناگهانی ایمن‌تر می‌سازد.

بر اساس یافته‌های پژوهش توسعه بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار می‌تواند به طور قابل توجهی بر برگشت‌پذیری ساختار سرمایه یک شرکت تأثیر مساعد بگذارد، به این معنی که توانایی شرکت برای تغییر و تنظیم ترکیب بدهی و حقوق صاحبان سهام در پاسخ به شرایط متغیر بازار یا استراتژی‌های داخلی، افزایش می‌یابد. این افزایش برگشت‌پذیری از چند جنبه حاصل می‌شود؛ نخست دسترسی به بازارهای مالی بین‌المللی، گزینه‌های تأمین مالی متنوع‌تری را پیش روی شرکت قرار می‌دهد. شرکت‌ها می‌توانند از طریق انتشار اوراق قرضه در بازارهای مختلف، جذب سرمایه‌گذار خارجی (سهام‌داران جدید) یا اخذ وام از بانک‌های بین‌المللی، به منابع مالی جدید دسترسی پیدا کنند. این تنوع در منابع، به شرکت این امکان را می‌دهد که با انعطاف‌پذیری بیشتری بدهی‌های خود را بازپرداخت کند، سهام جدید منتشر کند یا حتی سهام خود را بازخرید نماید. بعلاوه بین‌المللی‌سازی می‌تواند منجر به افزایش شهرت و اعتبار شرکت در سطح جهانی شود. این اعتبار بین‌المللی، جذابیت شرکت را برای سرمایه‌گذاران و وام‌دهندگان بالقوه افزایش

داده و به شرکت اجازه می‌دهد با شرایط مطلوب‌تری (مثلاً نرخ بهره پایین‌تر یا شرایط بازپرداخت منعطف‌تر) منابع مالی را جذب کند. این امر به نوبه خود، توانایی شرکت را برای تغییر سریع و کم‌هزینه ساختار سرمایه خود، به عنوان نمونه با جایگزینی بدهی با سهام یا بالعکس، تقویت می‌کند. در نتیجه، بین‌المللی‌سازی با گشودن دروازه‌های جدید به منابع مالی و افزایش اعتبار، شرکت را قادر می‌سازد تا ساختار سرمایه خود را به سرعت و با هزینه‌ی کمتری متناسب با نیازها و فرصت‌های متغیر بازارهای جهانی تنظیم کند.

در نهایت مشخص شد که افزایش ریسک مالی یک شرکت، به طور مستقیم و معناداری می‌تواند منجر به کاهش برگشت‌پذیری ساختار سرمایه آن شود. هنگامی که ریسک مالی یک شرکت افزایش می‌یابد، به ویژه در شرایطی که نسبت بدهی به حقوق صاحبان سهام بالا می‌رود یا جریان‌های نقدی عملیاتی شرکت ناپایدار می‌شود، اعتبار شرکت در نزد وام‌دهندگان و سرمایه‌گذاران کاهش می‌یابد. این کاهش اعتبار، دسترسی شرکت به منابع مالی جدید را دشوارتر و پرهزینه‌تر می‌کند. علاوه بر این، در شرایط ریسک مالی بالا، سرمایه‌گذاران بالقوه تمایل کمتری به خرید سهام جدید شرکت نشان می‌دهند، زیرا نگران کاهش ارزش سرمایه‌گذاری خود هستند. این امر، توانایی شرکت برای افزایش حقوق صاحبان سهام و کاهش اتکا به بدهی را محدود می‌کند. حتی در صورت نیاز به بازخرید سهام برای بهبود نسبت‌های مالی، ممکن است شرکت منابع نقدی کافی برای این کار را در اختیار نداشته باشد.

محدودیتی که یافته‌های پژوهش با آن مواجه بود خنثی نمودن عوامل کیفی مانند فرهنگ سازمانی و مهارت‌های مدیریتی بوده است. همچنین ممکن است شرکت به روش‌های مختلفی بین‌المللی شوند و توسعه یابند؛ برخی با صادرات کالا، برخی با مشارکت‌های استراتژیک و برخی دیگر با سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی که این تنوع در رویکردها می‌تواند مقایسه نتایج و تعمیم‌پذیری یافته‌ها را دشوار نماید.

شرکت می‌بایست پیش از اقدام به بین‌المللی‌سازی، یک ارزیابی جامع و دقیق از تأثیرات آن بر ریسک مالی و برگشت‌پذیری ساختار سرمایه خود انجام دهند و بر اساس آن، یک استراتژی مالی منعطف و پویا طراحی نمایند. آنها نباید تنها به فکر ورود به بازارهای جدید باشند، بلکه باید به دقت برنامه‌ریزی کنند که این ورود چگونه بر منابع مالی، بدهی‌ها، و توانایی آن‌ها در تغییر ساختار سرمایه در آینده تأثیر می‌گذارد. این برنامه‌ریزی شامل تحلیل دقیق نرخ ارز، قوانین

مالیاتی بین‌المللی، دسترسی به منابع مالی خارجی، و سناریوهای مختلف ریسک است. همچنین پیشنها می‌گردد سیستم‌های کارآمدی برای پایش و مدیریت ریسک‌های مالی ناشی از بین‌المللی‌سازی ایجاد نموده و تلاش کنند تا با وجود افزایش احتمالی بدهی‌ها یا پیچیدگی‌های مالی، انعطاف‌پذیری لازم را برای تعدیل ساختار سرمایه خود حفظ کنند. این به معنای دسترسی به چندین منبع تأمین مالی (داخلی و خارجی)، حفظ نسبت‌های بدهی معقول و ایجاد روابط مستحکم با بانک‌ها و سرمایه‌گذاران است.

منابع

۱. پاشایی، رضا، فاریابی، محمد، محمدزاده، پرویز و سلمانی بی‌شک، محمدرضا (۱۴۰۳). شناسایی عوامل موثر بر بین المللی سازی صنعت خودرو در ایران. **نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین المللی**، ۷(۴)، ۲۱۹-۲۴۵. doi: ۱۰.۲۲۰۳۴/jiba.۲۰۲۴.۶۲۸۴۸.۲۲۴۴

۲. شاه‌آبادی، ابوالفضل، علی یاری، مریم و آقاکثیری، نعمان (۱۴۰۴). تأثیر تعاملی سرمایه‌گذاری خطرپذیر و پویایی محیط کسب‌وکار بر صادرات تجهیزات پزشکی. **نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی**، ۸(۱). ۱-۲۶. doi: ۱۰.۲۲۰۳۴/jiba.۲۰۲۴.۶۱۷۹۳.۲۲۱۳

۳. مرکبیان، امیرحسین، شفیعی، مرتضی و راسخ، حسین (۱۴۰۳). مسیر توسعه فرا ملی از منظر دیجیتالی‌سازی در کسب وکارهای کوچک و متوسط. ف**صلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری**، ۱۰(۲)، ۱۴۵-۱۵۵.

۴. نوری، پوریا (۱۴۰۲). بررسی و تحلیل ریسک در مدیریت بازاریابی بین الملل، **هشتمین همایش بین‌المللی مدیریت، حسابداری**، اقتصاد و علوم اجتماعی، همدان.

۵. Acedo, F., & Jones, M. (۲۰۰۷). Speed of internationalization and entrepreneurial cognition: Insights and a comparison between international new ventures, exporters, and domestic firms. ***Journal of World Business***, ۴۲(۳), ۲۳۶-۲۵۲. https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.jwb.۲۰۰۷.۰۴.۰۱۲

۶. Alvarez, C.S. (۲۰۲۵). The role of international experience on SMEs' internationalization. ***TEC Empresarial,*** ۱۹ (۱), ۱ – ۲۱. DOI: https://doi.org/۱۰.۱۸۸۴۵/te.v۱۹i۱.۷۵۷۵

۷. Azevedo Lobo, C., Ferreira, A.T., Cordeiro, S.A., & Costa-Lobo, C. (۲۰۱۷). Enhancing factors of business internationalization – a model for Portuguese SMEs. ***Proceedings of INTED۲۰۱۷ Conference***. ۶th-۸th March ۲۰۱۷, Valencia, Spain. DOI:۱۰.۲۱۱۲۵/inted.۲۰۱۷.۰۶۹۵

۸. Barbaglia, M. (۲۰۲۴). Sustainability and climate change: unraveling firms' internationalization and financial strategies in the face of environmental challenges.

۹. Buccieri, D., Javalgi, R., & Cavusgil, E. (۲۰۲۰). International new venture performance: Role of international entrepreneurial culture, ambidextrous innovation, and dynamic marketing capabilities.

International Business Review, ۲۹(۲), ۱۰۱۶۳۹. https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.ibusrev.۲۰۱۹.۱۰۱۶۳۹

۱۰. Child, J., Karmowska, J., & Shenkar, O. (۲۰۲۲). The role of context in SME internationalization-A review. ***Journal of World Business***, ۵۷(۱), ۱-۳۰. https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.jwb.۲۰۲۱.۱۰۱۲۶۷

۱۱. Eduardsen, J., & Marinova, S. (۲۰۲۰). Internationalisation and risk: Literature review, integrative framework, and research agenda. ***International Business Review***, ۲۹(۳), ۱-۳۵. https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.ibusrev.۲۰۲۰.۱۰۱۶۸۸

۱۲. Focacci, A. (۲۰۱۷). Project Reversibility Measurement to Manage Adoption-Waiting Decisions. *۴Th* ***International Academic Conference on Social Science***, Multidisciplinary and Globalization Studies (Mirdec), September, ۱۸–۲۸.

۱۳. Korsakienė, R., & Tvaronavičienė, M. (۲۰۱۲). Internationalization of SMEs: an integrative approach. ***Journal of Business Economics and Management***, ۱۳(۲), ۲۹۴–۳۰۷. doi:10.3846/16111699.2011.620138

۱۴. Kraus, S., Ambos, T. C., Eggers, F., & Cesinger, B. (۲۰۱۵). Distance and perceptions of risk in internationalization decisions. ***Journal of Business Research***, ۶۸(۷), ۱۵۰۱-۱۵۰۵. https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.jbusres.۲۰۱۵.۰۱.۰۴۱

۱۵. Kraus, S., Mitter, C., Eggers, F., & Stieg, P. (۲۰۱۷). Drivers of internationalization success: a conjoint choice experiment on German SME managers. ***Review of Managerial Science***, ۱۱(۱), ۶۹۱-۷۱۶. https://doi.org/۱۰.۱۰۰۷/s۱۱۸۴۶-۰۱۶-۰۲۰۱-۴

۱۶. Lakshman, D., Kumarasinghe, J., & Weerasinghe, R. (۲۰۲۵). Internationalization of SMEs in a Developing Economy: A Triangulation Approach. ***Journal of Small Business Strategy***, ۳۵(۱), ۳۳–۴۴. https://doi.org/۱۰.۵۳۷۰۳/۰۰۱c.۱۲۴۰۴۵

۱۷. Kishk, I., & Rao-Nicholson, R. (۲۰۲۵). Corporate ownership types and internationalization strategies: The moderating role of home country capitalism. ***International Business Review***, ۳۴(۶), ۱۰۲۴۸۹.

۱۸. Lakshman, D., Kumarasinghe, J., & Weerasinghe, R. (۲۰۲۳). Internationalization of smes in a developing economy: Empirical evidence from smes in the Western Province, Sri Lanka. ***Global Business Review***, ۱۳(۲), ۲۹۴-۳۰۷. https://doi.org/۱۰.۱۱۷۷/۰۹۷۲۱۵۰۹۲۳۱۱۹۵۱۷۰.

۱۹. Lin, P. S. (۲۰۲۵). Internationalization and Financing Decisions of Chinese Enterprises: Evidence from Hong Kong Listings. ***Available at SSRN ۵۲۴۷۶۸۸.***

۲۰. Mammadov, A., & Wald, A. (۲۰۲۵). The Role of Cultural Intelligence and Emotional Intelligence in the Internationalization of SMEs: Does Global Mindset Matter?. ***Management International Review***, ۶۵, ۱۱۵-۱۴۴. DOI:۱۰.۱۰۰۷/s۱۱۵۷۵-۰۲۴-۰۰۵۶۱-۵

۲۱. Morakabian, A. H., Shafiei, M. & Rasek, H. (۲۰۲۴). The path of transnational development from the perspective of digitalization in small and medium-sized businesses. ***Quarterly Journal of Management and Accounting Studies***, ۱۰(۲). ۱۴۵-۱۵۵. http://www.uctjournals.com/farsi/index.php/archive-accounting?layout=edit&id=۲۸۵ [In Persian]

۲۲. Nouri, P. (۲۰۲۳). Risk Analysis and Investigation in International Marketing Management, ۸th International Conference on Management, ***Accounting, Economics and Social Sciences,*** Hamadan https://civilica.com/doc/۱۹۸۴۰۳۷. [In Persian]

۲۳. Pashaie, R., faryabi, M., Mohammad Zadeh, P. & Salmani Bishak, M. (۲۰۲۵). Identifying Determinant Factors of the Internationalization Automobile Industry in Iran**.** ***Journal of International Business Administration***, ۷(۴), ۲۱۹-۲۴۵. doi: ۱۰.۲۲۰۳۴/jiba.۲۰۲۴.۶۲۸۴۸.۲۲۴۴

۲۴. Shahabadi, A., Aliyari, M., & Neman, A. K. (۲۰۲۵). The Interactive Effect of Venture Capital and Business Environment Dynamics on

Medical Equipment Exports. ***Journal of International Business Administration***, ۸(۱), ۱-۲۶. doi: ۱۰.۲۲۰۳۴/jiba.۲۰۲۴.۶۱۷۹۳.۲۲۱۳ [In Persian]

۲۵. taziki, S., Khozein, A., Garkaz, M. & Matoufi, A. (۲۰۲۳). The Moderating Role of Cost of Debt in The Effect of CEO-Board Social Ties on the Capital Structure Reversibility: An Analysis of Agency Theory. Financial Accounting Research, ۱۴(۴), ۱۰۹-۱۳۶. doi: ۱۰.۲۲۱۰۸/far.۲۰۲۳.۱۳۵۹۰۴.۱۹۴۱

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ۲۸۲-۲۵۹
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

بررسی رابطه هوش مصنوعی و بیکاری در کشورهای منتخب خاورمیانه

محبوبه دلفان[۱]

(تاریخ دریافت ۱۴۰۴/۷/۱ ـ تاریخ تصویب ۱۴۰۴/۱۲/۵)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
گسترش و توسعه شگرف فناوری های مرتبط با هوش مصنوعی در دنیای امروز موجب اثرگذاری آن در تمام بخشهای اقتصادی شده است. از جمله موضوعاتی که صاحبنظران اقتصادی در ارتباط با فناوری های مرتبط با هوش مصنوعی مطرح می کنند اثرگذاری آن بر روی بازار کار و سطح بیکاری است.
پژوهش حاضر تلاش داشت با توجه محدودیت‌های موجود در ارتباط با مطالعه اثر فناوری‌های هوش مصنوعی بر بیکاری کشورهای در حال توسعه، به بررسی اثر گسترش فناوری‌های هوش مصنوعی بر بیکاری در ۹کشور منتخب خاورمیانه شامل ایران، ترکیه، امارات متحده عربی، عربستان سعودی، اردن، کویت، پاکستان، مصر و فلسطین اشغالی در دوره زمانی ۲۰۱۰-۲۰۲۳بپردازد؛ متغیر حق ثبت اختراع به عنوان نماینده‌ی گسترش هوش مصنوعی در کشورهای منتخب استفاده شده‌است.

[۱]- استادیار گروه اقتصاد، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران. delfan.M@lu.ac.ir

برای دستیابی به هدف فوق‌الذکر پژوهش حاضر تلاش کرد با استفاده از داده‌های ثبت اختراع در پایگاه داده **OECD** و بهره‌گیری از ادبیات الگوی اقتصادسنجی داده‌های تابلویی رابطه بین هوش مصنوعی و بیکاری را مورد بررسی قرار داد. نتایج بدست آمده از الگوی تجربی ارائه شده شواهدی در تایید اثر مثبت ارتقا هوش مصنوعی بر بیکاری در کشورهای مورد مطالعه ارائه نمی کند. نتایج نشان‌دهنده عدم وجود اثر معنادار هوش مصنوعی بر بیکاری است.

واژه‌های کلیدی: هوش مصنوعی، بیکاری نیروی کار، داده‌های ترکیبی

۱. مقدمه

دنیا در دو دهه گذشته شاهد پیشرفت‌های چشم‌گیری در حوزه هوش مصنوعی[۱] (**AI**) و روباتیک بوده است. انتظار می‌رود پیشرفت‌های آینده حتی مهیج‌تر و سریع‌تر رخ دهد. نقش فناورها و ابزارهای هوش مصنوعی در حوزه تجارت و اقتصاد بین‌الملل موضوعی است که در سال‌های اخیر بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است، هوش مصنوعی یک فناوری مشخص نیست بلکه خانواده‌ای از فناوری‌ها است که از جمله مهمترین‌های آنها می‌توان به پنج دسته‌ی گسترده، بینایی رایانه‌ای[۲]، زبان طبیعی[۳]، دستیار مجازی[۴]، اتوماسیون فرآیند رباتیک[۵] و یادگیری ماشین[۶] اشاره کرد. امروزه مشاهده می‌شود که در سطح بین‌المللی صنایع مختلف از شرکت‌های فعال در بخش کشاورزی گرفته تا شرکت‌های فعال در فناوری‌های نوین کم و بیش از یک یا چند دسته از فناوری‌های مرتبط با هوش مصنوعی در جهت توسعه فعالیت خود استفاده

۱- Artificial intelligence

۲- Computer vision

۳- Natural language

۴- Virtual Assistant

۵- Robotic Process Automation

۶- Machine Learning

می کنند و احتمالا در آینده نزدیک همه شرکت‌ها از این فناوری‌ها به درجات مختلف استفاده خواهند کرد. برخی از شرکت‌ها یک رویکرد محافظه‌کارانه را در پیش می‌گیرند و فقط یک فناوری را به خدمت می‌گیرند و آن را در یک حیطه محدود مورد استفاده قرار می‌دهند و برخی دیگر ممکن است جسورتر باشند، هر پنج فناوری را به بکار گرفته و در کل سازمان خود مورد استفاده قرار دهند.

بسیاری از صاحب‌نظران پیش‌بینی می‌کنند که این فناوری‌ها ماهیت مشاغل را در سراسر جهان متحول خواهند کرد (برینجولفسون و مک آفی[۱]،۲۰۱۲؛ فورد[۲]،۲۰۱۶؛ گروه مشاوره بوستون[۳]،۲۰۱۵؛ مکنزی[۴]، ۲۰۱۷). در این میان نظرسنجی‌ها، نشان‌دهنده اضطراب شدید نیروی کار در مواجه با اتوماسیون و سایر فناوری‌های هوش مصنوعی است. این نگران‌ها ناشی از تحدید امنیت شغلی نیروی کار به‌واسطه پذیرش فناورهای نوین است (مرکز تحقیقاتی پیو[۵]، ۲۰۱۷). با وجود انتظارات و نگرانی‌ها موجود در حال حاضر محققان با ادراک کامل چگونگی اثرگذاری اتوماسیون به طور کلی و هوش مصنوعی و رباتیک به طور خاص بر بازار کار فاصله زیادی دارند. حتی بدتر از آن، بسیاری از مجادلات در مطبوعات و محافل دانشگاهی حول یک دوگانگی کاذب است. از یک طرف، استدلال‌های هشداردهنده‌ای وجود دارد که پیشرفت‌های پیش‌رو در هوش مصنوعی و روباتیک به معنای پایان اشتغال نیروی کار خواهد بود و تغییرات ناشی از تکنولوژی‌های مدرن، به قدری سریع است که بسیاری از کارگران نمی‌توانند با آن هماهنگ شوند (حمیدی کیا و عباسیان، ۱۳۹۷). همچنین در جریان تجارت خارجی فعالیت‌هایی که از توان رقابتی برخوردار نباشند، امکان بقا را از دست داده و سطح بیکاری را افزایش می‌دهند (شهبازی و نظرپور، ۱۳۹۳). در حالی که بسیاری از اقتصاددانان در طرف دیگر ادعا می‌کنند که چون پیشرفت‌های فناوری در گذشته در نهایت دستمزد و تقاضای نیروی کار را افزایش

۱- Brynjolfsson and McAfee

۲- Ford

۳- Boston Consulting Group

۴- McKinsey

۵- Pew Research Center

داده است در حال حاضر هم هیچ دلیلی برای نگرانی در مورد ماهیت آن با گذشته وجود ندارد. موسسه مکنزی و شرکا[۱] (۲۰۱۷) در ارتباط با تحقیقات انجام شده در جهت ارزیابی اثر اقتصادی هوش مصنوعی بیان می‌دارد که تقریبا امکان وجود مزایای اقتصادی قابل توجه هوش مصنوعی مورد توافق اکثر صاحب‌نظران قرار دارد و تاکنون، تحقیقات نشان داده است که طیف گسترده-ای از فناوری‌های هوش مصنوعی می‌توانند سطح بهره‌وری را افزایش داده و مسیر رشد تولید ناخالص داخلی را ارتقا دهند. اما میزان این اثرات متفاوت است؛ زیرا محققان از روش‌های مختلفی استفاده کرده‌اند و به عنوان مثال، برخی محرک‌های محدود و برخی محرک‌های گسترده‌ای را برای بررسی اثر مذکور بر اقتصاد در نظر گرفته‌اند. بنابراین بطور کلی می‌توان گفت که تاکنون محققان توانسته‌اند چشم‌انداز اولیه‌ای از نقش هوش مصنوعی بر اقتصاد را ارائه کنند لیکن روش‌های به کار رفته برخی کاستی‌ها و محدودیت‌ها را نیز با خود به همراه داشته‌اند. از جمله این کاستی‌ها می‌توان به تمرکز این مطالعات بر اقتصادهای توسعه یافته مانند اروپا، ایالات متحده و چین اشاره کرد. از دیگر محدودیت‌هایی که تحقیقات با آن مواجه بوده‌اند به کانال‌هایی اثرگذاری آن بر اقتصاد کلان مرتبط است. این کانال‌ها در تحقیقات مختلف بطور شفاف و جامع توضیح داده نشده‌اند. به عنوان مثال، محققان عمدتاً بر تقاضای جدید برای سرمایه‌گذاری تمرکز کرده که این سرمایه‌گذاری‌ها جایگزین ساعات کار انسان می‌گردد. در صورتی‌که در حقیقت بخش عمده‌ی سرمایه‌گذاری در هوش مصنوعی مربوط به مقاوم‌سازی یا جایگزینی دارایی‌های سرمایه‌ای قدیمی با تجهیزات ارتقا یافته بوسیله کنترل هوشمند و نگهداری پیشگیرانه است. سومین کاستی به عدم بیان شفاف ارتباط میان رفتار اقتصاد خرد و هوش مصنوعی مرتبط می‌شود. اهمیت این پیوند از این حقیقت نشات می‌گیرد که اثر هوش مصنوعی به میزان پذیرش آن توسط شرکت‌ها و نهادهای دولتی وابسته است و سرعت پذیرش نیز ارتباط تنگاتنگی با عوامل اقتصاد خرد مانند رقابت و توانایی سازمان‌ها برای توسعه فناوری‌های نوین دارد. نهایتا اکثر محققان گرایش به برآورد اثر بالقوه ناخالص هوش مصنوعی داشته‌اند و معمولا

---

[۱]- McKinsey & Company

هزینه‌های پیاده‌سازی آن بر نظام اقتصادی، اجتماعی یا پیامدهای منفی خارجی[۱] آن مانند اختلالات عمده در بازار کار را در نظر نگرفته‌اند. پیامدهای خارجی منفی هوش مصنوعی ممکن است به قدری بزرگ و گسترده باشد که بتواند خطر واکنش اجتماعی جامعه علیه آن را با خود به همراه داشته و در نتیجه پتانسیل پیش‌بینی شده از این فناوری‌ها را محدود کند. سایر نگرانی-های اجتماعی در مورد هوش مصنوعی، از جمله نگرانی‌های مربوط به حفظ حریم خصوصی و امنیت نیز می‌تواند موانعی در برابر پذیرش هوش مصنوعی ایجادکرده و بنابراین تأثیر اقتصادی آن را محدود کند.

بنابراین با توجه به نگرانی‌های موجود در ارتباط یا اثر هوش مصنوعی بر بازار کار نیاز روزافزونی به تحلیل‌های کمی برای اندازه‌گیری تأثیرات هوش مصنوعی بر سطح اشتغال وجود دارد، اما عدم دسترسی به داده‌های معتبر و با کیفیت به‌عنوان یک مانع مهم عمل می‌کند (راج و سیمانس[۲]، ۲۰۱۹ ؛فرمن و سیمانس[۳]، ۲۰۱۹). از این‌رو با توجه به نظریه‌های مختلف و متضاد در ارتباط با اثر هوش مصنوعی بر بیکاری و همچنین فقدان مطالعات برای کشورهای غیر از کشورهای توسعه یافته این پژوهش تلاش دارد با در نظر گرفتن محدودیت‌های موجود در ارتباط با دسترسی به داده‌های قابل اعتماد به بررسی اثر هوش مصنوعی بر نرخ بیکاری برای کشورهای منتخب خاورمیانه با استفاده از مدل داده‌های تابلویی[۴] بپردازد.

برای دستیابی به هدف فوق‌الذکر این پژوهش در بخش بعدی به مروری ادبیات نظری و تجربی می‌پردازد. در بخش سوم، مدل تجربی مناسب جهت بررسی رابطه بیکاری و هوش مصنوعی ارائه می‌گردد. معرفی داده‌ها و متغیرهای مورد استفاده در برآوردهای تجربی نیز در این بخش بیان خواهد شد. بخش چهارم پژوهش به ارائه نتایج تجربی بدست آمده از برآورد الگو اختصاص خواهد یافت و نهایتا در بخش پنجم، یافته‌ها و نتایج الگو مورد بحث قرار خواهد گرفت.

۱- Negative externalities

۲- Raj and Seamans

۳- Furman and Seamans

۴- Panel Data

۲. پیشینه تحقیق

استیونسن[۱] (۲۰۱۹) ادعا می‌کند که استفاده از هوش مصنوعی با بهبود بهره وری، رشد اقتصادی را افزایش می دهد و در نتیجه آن سطح درآمد آتی افزایش می دهد. لیکن این اثرات مثبت تا زمانی اعتبار خواهد داشت که منافع حاصل از هوش مصنوعی قادر به جبران خسارت وارده از طریق کاهش دستمزد کارگران را داشته باشد. بطور کلی می‌توان ادعا کرد که تمام فرایندهایی که به استفاده از هوش مصنوعی اشاره دارند اثرات زیادی بر تقاضای نیروی کار در کوتاه مدت و بلند مدت دارند. در کوتاه مدت، فرانک و همکاران[۲] (۲۰۱۹) تأکید می‌کنند که پیشرفت‌های سریع در هوش مصنوعی و فناوری‌های ماشین می‌توانند به طور قابل توجهی بازار کار را مختل کنند. اما انتظار می‌رود که در بلندمدت، با تغییر فناوری، مهارت‌های انسانی از طریق مشاغل تازه ایجاد شده تقویت شود. در حقیقت، هوش مصنوعی روش‌های جدیدی را برای بهره گیری از مهارت های انسانی ایجاد می‌کند.

مکانسیم انتقال تئوریک از هوش مصنوعی به بیکاری کاملاً ساده است و به این شکل توضیح داده می‌شود که هوش مصنوعی با ارتقا بهره‌وری نیروی کار نیاز به نیروی کار را کاهش می دهد. در طول چند دهه گذشته، ادبیات مربوط به تأثیر هوش مصنوعی بر بیکاری به طور قابل توجهی توسعه یافته است (استونسون،۲۰۱۹؛ مارتینس و تولن،[۳] ۲۰۱۸).

در حوزه ارتباط هوش مصنوعی و بیکاری بطور کلی می‌توان دو رویکرد را شناسایی کرد. رویکرد اول بر اثر جایگزینی[۴] مشاغل توسط هوش مصنوعی تاکید دارد؛ در حالی که رویکرد دوم بر اثر جابجای[۵] بین هوش مصنوعی و بیکاری تاکید دارد. از دیدگاه گروه اول که از اثر جایگزینی پشتیبانی می‌کنند، استفاده از هوش مصنوعی تأثیر منفی بر بازار کار دارد و باعث

۱- Stevenson

۲- Frank et al,.,

۳- Martens and Tolan

۴- replacement effect

۵- displacement effect

بیکاری به دلیل از دست دادن مشاغل به عنوان اثر جایگزینی می‌شود. از اولین کارهای نظری در مورد تأثیر مخرب هوش مصنوعی بر اشتغال می توان به لئونتیف[۱] (۱۹۸۳) اشاره کرد. وی تأکید دارد که در دهه‌های آینده، تقریباً همه مشاغل با فناوری ماشین جایگزین می‌شوند و در نتیجه بیکاری افزایش می‌یابد. این اثر زمانی می‌تواند جذب شود که دولت‌ها با استفاده از مزایای فناوری‌های جدید، سیاست‌های باز توزیعی مناسبی اعمال نماید.

زیرا[۲] (۱۹۹۸) با تمرکز بر نوآوری‌های فناوری، مدلی از رشد اقتصادی را توسعه می دهد که نوآوری‌ها سرمایه بیشتری نیاز دارند اما نیاز به نیروی کار را کاهش می‌دهند. گرچه در آن زمان مشخصات روشنی در مورد هوش مصنوعی وجود نداشت، اما زیرا ادعا می‌کند که انواع جدیدی از ماشین‌آلات جایگزین کارگران تولیدی مانند موتور بخار، قطار، اتومبیل، کامپیوتر و بسیاری دیگر می‌شوند که باعث کاهش نیروی‌کار می‌شود. در همه این موارد، گزینه‌های جدید بهره-وری بیشتری دارند و در نتیجه نیاز به نیروی کار کمتری خواهد بود. هیرست[۳] (۲۰۱۴) نیز ادعا می‌کند که با افزایش سطح نوآوری و فناوری، نرخ بیکاری برای کارگران با سطح مهارت پایین افزایش می‌یابد. بنابراین، به نظر می‌رسد نقش هوش مصنوعی در بازار نیروی کار مخرب باشد. روبینی[۴] (۲۰۱۴) هم با در نظر گرفتن اینکه کارگران با مهارت بالا (به عنوان مثال، توسعه-دهندگان نرم افزار، مهندسان، محققان) به‌طور کلی در طول فرآیند هوش مصنوعی از مزایای بیشتری برخوردار خواهند شد از این ایده به نوعی پشتیبانی می‌کند. استیگلیتز[۵] (۲۰۱۴) نیز استدلال می‌کند که اشتغال به دلیل فشار هوش مصنوعی کاهش می‌یابد. لیکن برخلاف نظرات قبلی، او معتقد است که نرخ بیکاری به دلیل تصمیمات جایگزینی توسط صاحبان سرمایه و مدیریت منابع انسانی افزایش می‌یابد. بسن[۶] (۲۰۱۸؛ ۲۰۲۰) برای اولین بار کشش تابع تقاضا

۱- Leontief

۲ -Zeira

۳ -Hirst

۴ -Roubini

۵ -Stiglitz

۶- Bessen

نیروی‌کار را وارد مباحث اثرات ماشین بر اشتغال کرده و براین اساس ادعا می‌کند که اثر کاهنده فشارهای هوش مصنوعی بر اشتغال تنها در صورت بی‌کشش بودن تقاضا نیروی کار رخ خواهد داد، در غیر این صورت هنگامی که تقاضا باکشش باشد، فناوری ماشین اثر مثبت بر اشتغال دارد. اتکینسون[۱] (۲۰۱۷؛ ۲۰۱۸) اثر انتقال بخشی"[۲] را مطرح می‌کند و در توضیح اثر کاهنده هوش مصنوعی بر اشتغال بیان می‌دارد که کاهش مشاغل در بخش کشاورزی به دلیل فناوری ماشین کارگران را به سمت مشاغل تولیدی سوق داد. بعد از اینکه مشاغل تولیدی خودکار شدند، نیروی کار ناگزیر به سمت مشاغل بخش خدمات رفتند. اما همانطور که روبات‌ها این مشاغل را نیز خودکار می‌کنند، هیچ بخش جدیدی برای انتقال افراد به کار بعدی وجود نخواهد داشت. در ادامه این مباحث عاصم اوغلو و رسترپو با تمرکز بر رقابت بین انسان و ماشین، یک مدل نظری گسترده را توسعه دادند. آنها پیامدهای فناوری بر رشد، سهم عوامل تولید و سطح اشتغال در نظر گرفتند و اظهار داشتند که وقتی سرمایه ثابت است و فناوری برونزا است، هوش مصنوعی، اشتغال و سهم نیروی کار را از تولید کاهش می‌دهد و حتی ممکن است دستمزد را نیز کاهش دهد، در حالی که ایجاد وظایف جدید اثری مخالف دارد. علاوه بر این عاصم اوغلو و رسترپو (۲۰۱۹) در ادامه مقالات قبلی خود تأکید می‌کنند که حرکت شتاب‌زده در استفاده از هوش مصنوعی تقاضای نیروی کار را کاهش می‌دهد، درآمد ملی را کاهش می دهد، نابرابری ایجاد می‌کند و رشد بهره‌وری را کاهش می‌دهد.

گروه دیگری از صاحبنظران برای بررسی رابطه هوش مصنوعی و بیکاری رویکردهای تجربی را دنبال می‌کنند. به عنوان مثال ، فری و آزبورن[۳] (۲۰۱۷) تخمین می‌زنند که مشاغل از دست رفته بر اثر فرآیندهای ماشین در ایالات متحده در ده تا بیست سال آینده ۴۷ درصد از کل مشاغل را در بر خواهد گرفت. بر خلاف فری و آزبورن (۲۰۱۷)، آرنتز و همکاران[۴] (۲۰۱۷) تخمین می

۱- Atkinson

۲- sector translation

۳- Frey and Osborne

۴- Arntz et al,.

زنند از دست رفتن مشاغل ناشی از فرآیند ماشین برای ۲۱ کشور **OECD** در حدود ۹ درصد خواهد بود. همچنین اتکینسون و وو[۱] (۲۰۱۷) نشان می‌دهند که از سال ۲۰۰۰، کاهش موقعیت-های شغلی در ایالات متحده تنها ۴۲ درصد دوره ۱۸۵۰ تا ۲۰۰۰ بوده است. عاصم اوغلو و رسترپو(۲۰۱۷) مطالعه تجربی خود را با مطلعات تئوریک ترکیب می‌کنند. آنها تأثیر استفاده از ربات‌های صنعتی را بین سال‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۷ در بازارهای کار محلی ایالات متحده بررسی کردند. نتایج نشان داد که استفاده از ربات در بازارهای کار محلی ایالات متحده اثر کاهنده بر اشتغال داشته و همچنین سطح دستمزدها را کاهش می‌دهد. بر اساس برآورد ایشان، افزایش هر ربات به ازای هر هزار نفر نیروی کار، نسبت اشتغال به جمعیت را در حدود ۰/۱۸-۰/۳۴ درصد و دستمزدها را ۰/۲۵-۰/۵ درصد کاهش می دهد. بولز[۲](۲۰۱۷) با بررسی اتحادیه اروپا، متوجه شد که در افق ۱۰-۲۰ ساله، فرآیند هوش مصنوعی جایگزین ۵۴ درصد از مشاغل کل خواهد شد. چیاچیو و همکاران[۳] (۲۰۱۸) در منطقه اتحادیه اروپا از این ایده دفاع می کنند که هر ربات اضافی به ازای هر ۱۰۰۰ کارگر، میزان اشتغال را ۰/۱۶-۰/۲۰ درصد کاهش می دهد.

همانطور که قبلا بیان شد گروه دومی وجود دارد که اعتقاد به "اثر جابجایی" میان هوش مصنوعی و اشتغال نیروی کار دارند. از دیدگاه این گروه، هوش مصنوعی با تأثیر مثبت بر بازار کار، بیکاری را به دلیل اثر اشتغال‌زایی کاهش می‌دهد. طرفداران این دیدگاه را نیز می‌توان در دو گروه جایی داد. گروه اول به شدت از اثرات مثبت هوش مصنوعی بر اشتغال حمایت کرده، در حالی که گروه دوم با نگاهی احتیاطی این موضوع را مطرح کرده‌اند. آلبوس[۴] (۱۹۸۳) یکی از اولین کسانی است که به تأثیر مثبت هوش مصنوعی بر اشتغال تاکید داشت. وی بیان می‌کند که او هیچ مدرکی در تایید کاهش اشتغال به سبب ارتقا بهره وری حاصل از پیشرفت فنی نمی-یابد. برعکس، تولید کارآمدتر موجب رشد و ایجاد بازارهای جدید با محصولات و خدمات جدید می‌شود. علاوه بر آن کاربردهای جدید هوش مصنوعی به مشاغل جدیدی نیاز دارند و

۱- Atkinson and Wu

۲- Bowles

۳- Chiacchio et al,.

۴- Albus

سطح بیکاری را کاهش می دهند. بودن[۱] (۱۹۸۷) استدلال می‌کند که انقلاب هوش مصنوعی یک انقلاب تکرار شونده است. به گفته وی، ممکن است مشکلات مختلفی در دوره گذار وجود داشته باشد، اما در نهایت تعداد بیشتری شغل ایجاد می شود، این مشاغل ممکن است متفاوت باشد اما شغل‌های بسیار بیشتری نسبت به قبل وجود دارد، بنابراین در بلندمدت نیازی به نگرانی در مورد بیکاری وجود ندارد. در همین راستا داوث و همکاران[۲](۲۰۱۷) نتیجه گرفتند که در آلمان هیچ‌گونه از دست رفتن خالص شغل به عنوان اثر روند هوش مصنوعی ثبت نشده است. همچنین فری و آزبورن (۲۰۱۷) ایده بخش‌های با ریسک بالا و پایین برای هوش مصنوعی را مطرح می‌کنند. از این منظر، آنها نتیجه می‌گیرند که بیکاری فقط در بخش‌هایی که بیشتر تحت تأثیر اتوماسیون قرار دارند افزایش می‌یابد. سو[۳] (۲۰۱۸) از طریق ساختار شغلی، کاهش بیکاری ناشی از هوش مصنوعی را توضیح می دهد. به عبارت دقیق‌تر، مشاغل جایگزین هوش مصنوعی به تقاضای کمتری در بازار کار نیاز دارند و باعث بیکاری می‌شوند. در این حالت، سیاست-گذاران با تشویق ایجاد مشاغل جدید در بخش‌های دیگر، این مشاغل از دست رفته را جبران خواهند کرد. بنابراین در این حالت هدف اصلی جلوگیری از گسترش بیکاری ساختاری ناشی از هوش مصنوعی است. با رویکردی متفاوت، گریس و نادو[۴] (۲۰۱۸) هوش مصنوعی را در یک مدل رشد اقتصادی با قید تقاضای کل، قرار داده‌اند. آنها نشان می‌دهند که هوش مصنوعی منجر به افزایش فوری بیکاری نمی‌شود. یافته‌های مهم دیگر شامل یافته‌های عاصم اوغلو و رسترپو[۵] (۲۰۱۸**b**) است که رابطه بین هوش مصنوعی، ماشینی شدن و کار را بررسی می‌کنند. آنها ادعا می‌کنند که هوش مصنوعی و اتوماسیون سطح بهره‌وری را بهبود می بخشد که متعاقباً با انباشت سرمایه بیشتر تکمیل می‌شود. با افزایش موجودی سرمایه، ماشین آلات موجود از منظر فنی

۱- Boden

۲- Dauth

۳- Su

۴- Gries and Naudé

۵- Acemoglu and Restrepo

استفاده از نیروی کار بیشتر را بهبود می بخشند و این مهم خود باعث ایجاد مشاغل جدید می شود. بعلاوه، در نتیجه اتوماسیون، تولید برای هر کارگر بیش از دستمزد افزایش می یابد و سهم نیروی کار در درآمد ملی را کاهش می‌دهد. یکی دیگر از اولین دیدگاه‌های تاکیدکننده بر اثر مثبت هوش مصنوعی بر بیکاری به ترهان[۱] (۲۰۰۳) تعلق دارد. وی بصورت تجربی نشان می‌دهد که کاهش بیکاری به دلیل فشار تکنولوژیکی تنها در شرایطی معتبر است که وضعیت و شرایط فشار چندین سال ادامه یابد. بعلاوه، این اثر می‌تواند یک اثر میرا باشد.

اتور[۲] (۲۰۱۵) هم نشان می‌دهد که هوش مصنوعی بیش از کارها به خودی خود بر وظایف انجام شده تأثیر می‌گذارد. به عبارت دقیق‌تر، وی اظهار می‌کند که فرآیند اتوماسیون ماهیت و محتوای مشاغل را تغییر می‌دهد و نه خود شغل را. در واقع مشاغل جدید جای شغل‌های قبلی را می‌گیرند .برمن و هوکس ولس[۳] (۲۰۱۷) نیز بر جایگزینی «کار به کار»[۴] تاکید دارند. آنها اذعان می کنند که تأثیر خالص هوش مصنوعی بر مشاغل خنثی است زیرا کاهش اولیه کار توسط مشاغل تازه ایجاد شده جبران می شود. گوردون[۵] (۲۰۱۸) فرایند هوش مصنوعی را بیش از آنکه فرایندی انقلابی بداند به عنوان یک فرایند تکاملی در نظر می‌گیرد. وی با مطالعه موردی ایالات متحده، دریافت که روند هوش مصنوعی به آرامی و تنها در تعداد کمی از بخش‌هاجایگزین مشاغل می-شود. کربونرو و همکاران[۶](۲۰۱۸) با بررسی روند هوش مصنوعی از طریق ربات‌ها اشاره کردند که استفاده از ربات‌ها تأثیر منفی کمی بر تعداد مشاغل کشورهای پیشرفته دارد. اما در ارتباط با کشورهای در حال توسعه، این تأثیر منفی در بازه زمانی ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴ حدود ۱۴ درصد بوده است. نهایتا، ارنست و همکاران (۲۰۱۹) نظر بیطرفانه‌ای ارائه می دهند و اذعان می‌کنند که پیامدهای نوآوری مبتنی بر هوش مصنوعی بر اشتغال بسیار نامشخص باقی می‌ماند.

۱- Trehan

۲- Autor

۳- Berriman and Hawksworth

۴- Job-to-job

۵- Gordon

۶- Carbonero et al,.

همانطور که بررسی ادبیات نظری و تجربی نشان می دهد در ارتباط با اثر خالص هوش مصنوعی بر بیکاری وحدت نظری وجود ندارد و با وجود سنگینی کفه طرفداران افزایش بیکاری ناشی از گسترش هوش مصنوعی، نمی توان با قطعیت فراوان در این مورد اظهار نظر کرد؛ با این وجود می‌توان گفت که چالش وجود رابطه مثبت میان بیکاری و هوش مصنوعی بیشتر در کوتاه مدت وجود داشته و در بلندمدت احتمالا با ایجاد مشاغل جدید این رابطه خنثی می‌گردد و حتی احتمالا رابطه معکوس برقرار گردد.

در ادامه این بخش مدل تجربی برآورد رابطه بیکاری و هوش مصنوعی ارائه می‌گردد.

۳. روش تحقیق

- مدل نظری

الگوی نظری این پژوهش برگرفته از الگوی موتاسکو[۱] استخراج شده است. در واقع این رویکرد از رویکردهای دورنبوش و همکاران[۲] (۲۰۱۷) و فولاوو و ادیبوجی[۳] (۲۰۱۷) پیروی کرده و این رویکرد را با منحنی فیلیپس[۴] (۱۹۵۸) ترکیب کرده‌است. منحنی فیلیپس بر رابطه معکوس بین نرخ بیکاری و تورم به شکل رابطه(۱) تاکید دارد.

$$\boldsymbol{\phi_w = -\alpha(u - u^*)} \qquad (۱)$$

که در رابطه (۱) $\boldsymbol{\phi_w}$ تورم دستمزد، $\boldsymbol{\alpha}$ کشش بیکاری نسبت به تورم دستمزد، $\mathbf{u}$ نرخ بیکاری، و $\boldsymbol{u^*}$ نشان دهنده نرخ بیکاری طبیعی است. تورم دستمزد را می‌توان به شکل رابطه (۲) در نظر گرفت:

۱- Mutascu

۲- Dornbusch et al,.

۳- Folawewo and Adeboje

۴- Phillips

$$\phi_w = \frac{w_t - w_{t-1}}{w_{t-1}} \quad (۲)$$

با جایگذاری(۲) در رابطه(۱):

$$w_t = w_{t-1}[1 - \alpha(u - u^*)\ ] \quad (۳)$$

با وارد کردن تورم انتظاری(ψ^e) در رابطه(۱):

$$\phi_w - \psi^e = -\alpha(u - u^*) \quad (۴)$$

با فرض ثابت بودن دستمزد حقیقی، آنگاه تورم واقعی ψ برابر با ϕ_w باشد، بنابراین:

$$\psi - \psi^e = -\alpha(u - u^*) \quad (۵)$$

با در نظر گرفتن $\psi = \frac{p_t}{p_{t-1}}$ و $\psi^e = \frac{p_t^e}{p_{t-1}}$:

$$\frac{p_t}{p_{t-1}} - \frac{p_t^e}{p_{t-1}} = -\alpha(u - u^*) \quad (۶)$$

$$\frac{p_t - p_t^e}{p_{t-1}} = -\alpha(u - u^*) \quad (۷)$$

$$p_t = p_t^e - \alpha p_{t-1}(u - u^*) \quad (۸)$$

براساس قانون اکن[۱] در شکل عمومی:

۱- Okun’s law

$$\frac{Y - Y^*}{Y^*} = -\beta(u - u^*) \quad (۹)$$

که در آن $\mathbf{Y}$ تولید واقعی، Y^* تولید بالقوه، $\boldsymbol{\beta}$ کشش بیکاری نسبت به تولید است. رابطه (۹) می‌تواند به صورت (۱۰) نوشته شود:

$$-\frac{Y - Y^*}{\beta Y^*} = (u - u^*) \quad (۱۰)$$

با جایگزین کردن $(\mathbf{u} - u^*)$ از رابطه (۸)، در رابطه (۱۰):

$$p_t = p_t^e + \frac{\alpha}{\beta} p_{t-1} \frac{Y - Y^*}{Y^*} \quad (۱۱)$$

یا p_t

$$= p_t^e \left[1 + \frac{\alpha}{\beta} \frac{p_{t-1}}{p_t^e} \frac{Y - Y^*}{Y^*}\right]$$

با فرض $\varphi = \frac{\alpha p_{t-1}}{\beta p_t^e Y^*}$ آنگاه $\alpha = \frac{\varphi \beta p_t^e Y^*}{p_{t-1}}$؛ بنابراین با جایگذاری α در رابطه (۷):

$$(u - u^*) = -\frac{p_t - p_t^e}{p_{t-1}} \frac{1}{\varphi \beta Y^*} \quad (۱۲)$$

اکنون می‌توان هوش مصنوعی را با تعریف Y^* به شرح زیر معرفی کرد:

$$Y^* = p_\alpha \Theta^* \quad (۱۳)$$

که در آن p_α جمعیت شاغل است (تعداد کل افراد در هر سنی که در حال حاضر کار می‌کنند)، در حالی که Θ^* نشان دهنده بهره وری بالقوه برای هر فرد است. در اینجا، p_α را می‌توان به صورت زیر نوشت:

$$p_\alpha = \eta p \quad (۱۴)$$

که در آن $\boldsymbol{\eta}$ نسبت افراد شاغل به کل جمعیت است($۱ > \eta > ۰$) و $\mathbf{p}$ برابر با کل جمعیت است.

همچنین:

$$\boldsymbol{\Theta^* = \omega \Theta^*_-} \qquad (۱۵)$$

که در آن $\boldsymbol{\omega}$ سطح هوش مصنوعی است که فرموله کردن بهره وری استفاده می شود ($\boldsymbol{\omega} >$ ۱)، در حالی که $\boldsymbol{\Theta^*_-}$ نشان دهنده بهره وری بالقوه برای هر فرد بدون تأثیر هوش مصنوعی است. وقتی $\boldsymbol{\omega} =$ ۱ (یعنی $\boldsymbol{\omega}$ خنثی است)، هوش مصنوعی هیچ سهمی در بهره‌وری ندارد با ترکیبت روابط (۱۳)تا (۱۵):

$$\boldsymbol{Y^* = \eta p \omega \Theta^*_-} \qquad (۱۶)$$

رابطه (۱۶) نشان می‌دهد که تولید بالقوه مستقیماً به کل جمعیت و تمایل آنها به کار، تولید بالقوه بدون مشارکت هوش مصنوعی و سطح هوش مصنوعی بستگی دارد.

با جایگزین کردن شکل نهایی $\boldsymbol{Y^*}$ در رابطه (۱۲)، رابطه(۱۷) ایجاد می‌شود:

$$(\boldsymbol{u - u^*}) = -\frac{\boldsymbol{p_t - p_t^e}}{\boldsymbol{p_{t-1}}} \frac{\mathbf{1}}{\boldsymbol{\varphi \beta \eta}} \frac{\mathbf{1}}{\boldsymbol{p \omega \Theta^*_-}} \qquad (۱۷)$$

$$= (\mathbf{1} - \frac{\boldsymbol{p_t}}{\boldsymbol{p_t^e}}) \frac{\mathbf{1}}{\boldsymbol{\varphi \beta \eta}} \frac{\mathbf{1}}{\boldsymbol{p \omega \Theta^*_-}}$$

$\boldsymbol{\phi \beta \eta}$ یک پارامتر اکیدا مثبت است که به مشخصه‌های هرکشور داده شده است. این در حالی است که هر دو $\mathbf{p}$ و $\boldsymbol{\Theta^*_-}$ نیز مثبت هستند و برای مدت طولانی شبه ثابت هستند. در این زمینه دو حالت پیش می‌آید:

$$\text{زمانیکه } \{\boldsymbol{\omega} \uparrow\} \Rightarrow \begin{cases} \{\boldsymbol{u} \downarrow\}, \boldsymbol{if p_t < p_t^e} \\ \{\boldsymbol{u} \uparrow\}, \boldsymbol{if p_t > p_t^e} \end{cases} \qquad (۱۸)$$

به عبارت دیگر، وقتی سطح هوش مصنوعی $\boldsymbol{\omega}$ افزایش می‌یابد، اگر نرخ تورم کمتر از نرخ مورد انتظار باشد($\boldsymbol{p_t < p_t^e}$)، بیکاری به زیر نرخ طبیعی خود ($\mathbf{u} <\boldsymbol{u^*}$) می‌رسد. همچنین، زمانی-که تورم بالاتر از نرخ مورد انتظار باشد($\boldsymbol{p_t > p_t^e}$) نرخ بیکاری بالاتر از نرخ طبیعی خود ($\mathbf{u} >\boldsymbol{u^*}$)افزایش می‌یابد، برعکس، زمانی که سطح هوش مصنوعی $\boldsymbol{\omega}$ کاهش می‌یابد، اثرات معکوس رخ می‌دهد. شایان ذکر است که تسریع استفاده از هوش مصنوعی با اثر فیلیپس

مقابله می‌کند و تأثیر منفی تورم بر تقاضای نیروی کار را کاهش می‌دهد.

مرحله بعدی خطی کردن رابطه(۱۷) به شکل زیر است:

$$ln(u-u^{*}) = \ln\left(\frac{p_t - p_t^e}{p_{t-1}}\right) - \ln(p) - \ln(\omega) - \ln(\Theta^{*}) - \ln(\varphi\beta\eta) \quad (۱۹)$$

این مدل یک ارتباط غیرخطی بین هوش مصنوعی و بیکاری را پیشنهاد می‌کند که هوش مصنوعی مشروط به تورم هم اثرات مثبت و هم منفی بر بیکاری دارد. اگر نرخ تورم کمتر از حد انتظار باشد، هوش مصنوعی انگیزه خوبی برای اشتغال ایجاد می‌کند، در حالی که در غیر این صورت تأثیر مخربی مشاهده می‌شود.

-تصریح الگوی تجربی

برای بررسی رابطه میان بیکاری و هوش مصنوعی از روش پانل آستانه‌ای استفاده شده‌است. برای این منظور، با فرض اثرات آستانه در پانل های غیردینامیکی، پانل‌های آستانه ای با اثرات ثابت ارائه شده توسط هانسن[۱] (۱۹۹۹) در نظر گرفته شده‌است. این ابزار چهار مزیت اصلی را در مقایسه با مزایای کلاسیک ارائه می دهد. اولاً، نیازی به تنظیم معادلات غیرخطی نیست. در ثانی، تعداد آستانه کاملاً توسط داده های نمونه به صورت درون‌زا تعیین می‌شود. سوما، فاصله اطمینان پارامترها با توجه به قضیه توزیع مجانبی محاسبه خواهد کرد. چهارم اینکه، معناداری آماری را با استفاده از روش بوت_استرپ[۲] (بازنمونه گیری) تخمین می‌زند.

با فرض اینکه همه متغیرها به عنوان کشش در نظر گرفته شوند از رابطه(۱۹) می‌توان برای برآورد مدل استفاده کرد. از رابطه(۱۸) نتیجه شد که تورم عامل مهمی برای نشانه ارتباط هوش مصنوعی-بیکاری است. بنابراین، تورم ($\mathbf{P}$) به یک متغیر آستانه تبدیل می‌شود، در حالی که هوش مصنوعی ($\boldsymbol{\omega}$) متغیر وابسته به رژیم است، به شرح زیر:

۱- Hansen

۲ -bootstrap

همچنین با توجه به اهمیت رابطه بین تورم و بیکاری در مدل مورد نظر باید اثر تورم دیده شود از این‌رو برای بررسی رابطه هوش مصنوعی – بیکاری، تورم (**P**) به عنوان یک متغیر آستانه تبدیل می‌شود، در حالی که هوش مصنوعی (**ω**) متغیر وابسته به رژیم است. در نتیجه:

$$u_{it} = a_0 + a_{11}\omega_{it-1}(p_{it} \le \gamma) + a_{12}\omega_{it-1}(\gamma \prec p_{it} \le \gamma) + a_{13}\omega_{it-1}(p_{it} \succ \gamma) + \sum_{k=1}^{n} b_k X'_{k,it} + cu_{it} + \upsilon_i + \varepsilon_{it} \quad (۲۰)$$

در اینجا که γ نشانگر پارامتر آستانه متغیر **P** است که معادله را به دو رژیم مربوط به **ω** تقسیم می کند، **X** بردار متغیرهای کنترلی (یعنی نرخ تورم، جمعیت، بهره وری نیروی کار) است. ضریب **c** وقفه متغیر وابسته(نرخ بیکاری) است. υاثرات ثابت فردی هر کشور و εجزء اخلال است.

متغیر هوش مصنوعی **ω** به دو دلیل عمده به عنوان یک متغیر با وقفه ظاهر می شود: اولا، از لحاظ تئوریک استفاده از هوش مصنوعی مقدم بر بیکاری است و دوما، این رویکرد مسئله درون زایی بالقوه بین **ω** و جزء خطا را حل می کند. علاوه بر این، همچنین از وقفه متغیر وابسته برای اصلاح خودهمبستگی جزء خطا استفاده می شود.

- داده‌های مورد استفاده

در این پژوهش داده‌های ۸ کشور منطقه به همراه داده‌های ایران مورد استفاده قرار گرفته شده-است. کشورهای مورد نظر عبارتند از: ترکیه، امارات متحده عربی، عربستان سعودی، اردن، کویت، پاکستان، مصر و فلسطین اشغالی و دوره مورد مطالعه سال‌های ۲۰۱۰-۲۰۲۳ را دربرمی-گیرد. دلیل انتخاب کشورهای مذکور و همچنین دوره زمانی مورد نظر محدودیت داده‌های مربوط به تعداد ثبت اختراعات در حوزه **AI** در پایگاه داده **OECD** بوده‌است. متغیرهای مورد استفاده جهت برآورد مدل تحقیق در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول ۱: متغیرهای پژوهش

متغیر	توضیح	واحد	منبع	علامت انتظاری
نرخ بیکاری(متغیر وابسته)	درصد افراد بیکار از کل نیروی کار.	درصد	بانک جهانی	
حق ثبت اختراعات در حوزه **AI**	تعداد اختراعات ثبت شده در حوزه **AI**	تعداد	**OECD online database**	+/-
نرخ تورم	درصد تغییر سالانه شاخص **CPI**	درصد	بانک جهانی	+/-
جمعیت	کل جمعیت بین ۱۵-۶۴ سال	تعداد	بانک جهانی	+/-
بهره‌وری نیروی کار	نسبت **GDP** به تعداد نیروی کار شاغل	نسبت	بانک جهانی	+/-
اندازه دولت	سهم مخارج دولت از **GDP**	درصد	بانک جهانی	+/-
FDI	سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی	درصد	بانک جهانی	+/-

٤. برآورد مدل تحقیق

الگوی مورد مطالعه می‌تواند به روش داده‌های تجمیعی یا داده‌های ترکیبی (پنل) تخمین زده شود. لذا ابتدا برای تشخیص روش مناسب از آزمون **F** لیمر استفاده گردید که با توجه به نتایج آزمون مبنی بر رد فرضیه صفر، الگوها به صورت داده‌های ترکیبی (پنل) برآورد شدند(جدول ۳-۲). در گام دوم برای تعیین روش برآورد (اثرات ثابت یا اثرات تصادفی) از آزمون هاسمن (۱۹۸۰) استفاده شد. در آزمون هاسمن فرضیه صفر به معنای عدم وجود ارتباط میان جزء اخلال معادله و متغیرهای توضیحی است. با رد فرضیه صفر آزمون هاسمن، روش داده‌های ترکیبی (پنل) با اثرات ثابت مناسب تشخیص داده شد. همچنین برای بررسی عدم وجود واریانس ناهمسانی و خودهمبستگی به ترتیب از آزمون‌های والد تعدیل شده و آزمون ولدریج استفاده گردید. فرض عدم وجود خودهمبستگی در الگو رد نمی‌شود. همچنین با توجه به وجود واریانس ناهمسانی، از گزینه **robust** در نرم افزار **Stata** استفاده شد. جدول (۲) نتایج برآورد مدل

تحقیق رابطه **AI** و بیکاری را ارائه می‌کند.

جدول۲: نتایج مدل رابطه AI و بیکاری

متغیر	مدل۱	مدل ۲	مدل ۳	مدل ٤
عرض از مبدا	***۰.۷۱۷۹۹ (۳.۲۹)	۰.۳۱۰۹ (۱۳۹)	-۰.۰۴۲۸ (-۰.۶۸)	۰.۲۰۲۲۵۷ (۱.۳۲)
آستانه تخمینی	۰.۰۲۸۴۵	۰.۰۳۶۴۲	۰.۰۳۶۴۲	۰.۰۳۶۴۲
ضریب رژیم اول(a_{11})	۰.۰۱۲۶ (۰.۱۰)	۰.۰۱۳۷ (۰.۹۳)	۰.۰۱۳ (۰.۱۲)	۰.۰۱۳۴ (۰.۳۴)
ضریب رژیم دوم(a_{12})	۰.۰۰۸ (۰.۰۵۴)	۰.۰۰۹ (۰.۰۵۵)	۰.۰۰۹ (۰.۵۵)	۰.۰۰۸ (۰.۰۶)
نرخ تورم	**۰.۰۰۰۷ (۲.۰۳)	**۰.۰۰۰۴ (۲.۰۵)	**۰.۰۰۰۳۲ (۲.۲۸)	**۰.۰۰۰۷۴ (۲.۴۵)
جمعیت کل		***۰.۴۵۶۴۶ (۳.۷۶)	***۰.۳۴۵۶۷ (۹.۵۴)	***۰.۴۲۴۲۵۶ (۴.۲۷)
اندازه دولت			.۳۸۱۱۳۵ *** (۲.۵۹)	
FDI				-.۵۲۷۷۳۶۳

					*** (-۵.۰۰)
F لیمر		۴۸.۰۳	۷.۷۳	۳۰.۹۴	۹.۸۱
آزمون هاسمن	χ^2	۳۵.۹۶	۹۳.۵۶	۴۲.۷۶	۲۴.۹۷
	P_value	۰.۰۰۰۰	۰.۰۰۰۰	۰.۰۰۰۰	۰.۰۰۰۱
آزمون واریانس ناهمسانی (آزمون والد تعدیل شده)		۵۰۰.۴۸ (۰.۰۰۰۰)	۳۷۵.۶۶ (۰.۰۰۰۰)	۲۴۲.۶۰ (۰.۰۰۰۰)	۲۹۰.۹۱ (۰.۰۰۰۰)
روش تخمین		اثرات ثابت (Robust)	اثرات ثابت (Robust)	اثرات ثابت (Robust)	اثرات ثابت (Robust)
R^2		۰.۲۱۴۹	۰.۲۵۲۶	۰.۴۴۸۲	۰.۷۳۰۴

همانطور جدول(۲) نشان می‌دهد علامت ضریب متغیر هوش مصنوعی در هر دو رژیم مثبت و بی معنا است. بنابراین در رابطه با اثر **AI** بر روی بیکاری می‌توان گفت که گسترش هوش مصنوعی در کشورهای مورد مطالعه و بطور مشخص در ایران ثر معناداری ندارد، یا به عبارت دیگر هوش مصنوعی در دوره مورد مطالعه منجر به بیکاری در ایران و سایر کشورهای مورد مطالعه نشده است.

۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

با توجه به نظرات و دیدگاه‌های مختلف و متضاد در رابطه با اثر هوش مصنوعی بر بیکاری نیروی کار و همچنین فقدان مطالعه تجربی برای کشورهای در حال توسعه از جمله کشورهای خاورمیانه مطالعه حاضر تلاش داشت به بررسی رابطه گسترش هوش مصنوعی و بیکاری در کشورهای منطقه خاورمیانه بپردازد. کشورهای مورد نظر عبارت بودند از: ایران، ترکیه، امارات متحده عربی، عربستان سعودی، اردن، کویت، پاکستان، مصر و فلسطین اشغالی و دوره مورد مطالعه سال‌های ۲۰۱۰–۲۰۱۸ بود. دلیل انتخاب کشورهای مذکور و همچنین دوره زمانی مورد نظر محدودیت داده‌های مربوط به تعداد ثبت اختراعات در حوزه **AI** بود. نتایج به‌دست آمده از این مطالعه نشان‌دهنده عدم اثرگذاری معنادار هوش مصنوعی بر گسترش بیکاری در کشورهای مورد مطالعه است. این نتیجه می‌توان اینگونه توجیه شود که همانطور که در ادبیات نظری نیز تاکید شده است توسعه فناوری‌های مرتبط با هوش مصنوعی دو اثر کاملا متضاد، جایگزینی وجابجای دارد که در نتیجه اثر جایگزینی، هوش مصنوعی تأثیر منفی بر بازار کار دارد و باعث بیکاری به دلیل از دست دادن مشاغل به عنوان اثر جایگزینی می‌شود. اما بطور هم‌زمان با گسترش هوش مصنوعی در جامعه و افزایش سطح بهروری نیروی کار و درنتیجه افزایش تولید و بازده سرمایه‌گذاری در اقتصاد، مشاغل جدید و نوینی ایجاد شده که منجر به افزایش اشتغال در جامعه از طریق ثر جابجایی می‌شوند.

نتایج پژوهش حاضر نشان‌دهنده این مهم است که در دوره مورد مطالعه این دو اثر بطور کامل یکدیگر را خنثی کرده‌است. این نتایج می‌تواند نگرانی موجود در میان جامعه و سیاستگذاران را در مورد اثرات منفی هوش مصنوعی بر بازار کار تقلیل بخشد و سیاست‌گذاران را به تشویق توسعه هوش مصنوعی در جامعه جهت استفاده از مزایایی بهره‌وری و ارتقا رشد اقتصادی بدون نگرانی از آثار منفی آن بر سطح اشتغال ترغیب نماید.

منابع

حمیدی کیا، رضا؛ عباسیان، عزت اله. (۱۳۹۷)، عوامل مؤثر بر بیکاری تکنولوژیکی و دلالت‌های آن برای چشم‌انداز اقتصاد کلان ایران. ***فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران***، ۷(۲۸): ۱۱۱-۱۳۹.

شهبازی، کیومرث؛ نظرپور، شهربانو. (۱۳۹۳)، تأثیر رونق صادراتی بر بیکاری در ایران. ***فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران***، ۳(۱۱): ۱۵۹-۱۸۵.

Acemoglu, D., & Restrepo, P. (۲۰۱۷). ***Robots and Jobs: Evidence from US Labor Markets***. NBER Working Paper No. ۲۳۲۸۵.

Acemoglu, D., & Restrepo, P. (۲۰۱۸a). The race between machine and man: Implications of technology for growth, factor shares and employment. ***Amer. Econ. Rev.***, ۱۰۸(۶), ۱۴۸۸–۱۵۴۲.

Acemoglu, D., & Restrepo, P. (۲۰۱۸b). ***Artificial Intelligence, Automation and Work***. NBER Working Paper ۲۴۱۹۶

Acemoglu, D., & Restrepo, P. (۲۰۱۹). ***The wrong kind of AI? Artificial intelligence and the future of labour demand***. Camb. J. Reg. Econ. Soc. rsz۰۲۲.

Acemoglu, D., & Autor, D. (۲۰۱۱). Skills, tasks and technologies: Implications for employment and earnings. ***Handbook of Labor Economics***, ۴, ۱۰۴۳–۱۱۷۱.

Albus, J. (۱۹۸۳). The robot revolution: An interview with James Albus. Commun. ACM ۱۷۹–۱۸۰.

Arntz, M., Gregory, I., & Zierahn, U. (۲۰۱۷). Revisiting the risk of automation. ***Econ. Lett***, ۱۵۹, ۱۵۷–۱۶۰

Atkinson, D. (۲۰۱۸). ***Testimony of Robert D. Atkinson, President Information Technology and Innovation Foundation Before the Little Hoover Commission***. Hearing on Economic and Labor Force Implications of Artificial Intelligence. January ۲۵.

Atkinson, R., & Wu, J. (۲۰۱۷). False Alarmism: Technological Disruption and the US Labor Market, ۱۸۵۰-۲۰۱۵. ***Information Technology and Innovation Foundation***, pp: ۱-۲۸.

Bessen, J. (۲۰۱۸). ***AI and Jobs: The Role of Demand***. NBER Working Paper No. ۲۴۲۳۵, National Bureau for Economic Research.

Bessen, J. (۲۰۲۰). Automation and jobs: When technology boost employment. ***Econ. Policy eiaa۰۰۱.***

Boston Consulting Group. (۲۰۱۵). ***The Robotics Revolution: The Next Great Leap in Manufacturing***.

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (۲۰۱۴). ***The Second Machine Age: Work,Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies.*** New York: W. W. Norton & Company.

Chiacchio, F., Petropoulos, G., & Pichler, D. (۲۰۱۸). ***The Impact of Industrial Robots on EU Employment and Wages: A Local Labor Market Approach***. Working Paper No. ۰۲ Bruegel, Brussels.

Dauth, W., Findeisen, S., Suedekum, J., & Woessner, N. (۲۰۱۷). ***German Robots the Impact of Industrial Robots on Workers***. CEPR Discussion Paper No ۱۲۳۰۶.

Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (۲۰۱۷). ***Macroeconomics***. thirteenth ed,. New York: McGraw-Hill.

Ford, M. (۲۰۱۵). ***The Rise of the Robots***. New York: Basic Books.

Frey, C., & Osborne, D. (۲۰۱۷). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation?. ***Technol. Forecast. Soc. Change***, ۱۱۴, ۲۵۴–۲۸۰

Gries, T., & Naudié, W. (۲۰۱۸). ***Artificial intelligence, jobs, inequality and productivity: Does aggregate demand matter?***. IZA DP No. ۱۲۰۰۵, Bonn.

Hansen, B. E. (۱۹۹۹). Threshold effects in non-dynamic panels: Estimation, testing, and inference. ***Jouranal Econometrics***, ۹۳, ۳۴۵–۳۶۸.

Leontief, W. (۱۹۸۳). The new new age that's coming is already here. ***Bottom Lane/Personal,*** ۴(۸), ۱۲۵-۱۳۹.

Martens, B., & Tolan S. (۲۰۱۸). ***Will this time be different? A review of the literature on the impact of artificial intelligence on employment,***

incomes and growth. JRC Digital Economy Working Paper No. ۲۰۱۸-۰۸. Seville: European Commission, Joint Research Centre, p. ۱-۲۷.

McKinsey. (۲۰۱۷). ***Jobs Lost, Jobs Gained: Workforce Transitions in a Time of Automation***. Report from https://www.mckinsey.com.

Roubini, N. (۲۰۱۴). ***Rise of the machines: Downfall of the economy***?. EconoMonitor.

Stevenson, B. (۲۰۱۹). In: Agrawal, A., Gans, J., Goldfarb, A. (Eds.). ***AI, Income, Employment, and Meaning***. University of Chicago Press, Chapter ۷.

Stiglitz, J. E. (۲۰۱۴). ***Unemployment and Innovation***. Working Paper ۲۰۶۷۰, National Bureau of Economic Research.

Su, G. (۲۰۱۸). Unemployment and the AI age. ***AI Matters***, ۳(۴), ۳۵–۴۳.

Trehan, B. (۲۰۰۳). Productivity shocks and the unemployment rate. ***FRBSF Economic Review***, ۱۳–۲۷

Zeira, J. (۱۹۹۸). Workers, machines, and economic growth. ***The Quarterly Journal of Economics***, ۱۱۳(۴), ۱۰۹۱–۱۱۱۷.

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ۳۰۸-۲۸۳
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

تدوین راهبردهای بهبود عدالت فضایی در محلات شهری بر اساس تحلیل قابلیت پیاده‌روی (منطقه ۲ کلانشهر تهران)

سیده آل‌محمد[۱]
لعبت زبردست[۲]
حسین خسروی[۳]
فائزه آقاعلیخانی[٤]

(تاریخ دریافت۱۰ /۱۴۰۴/۷/ ـ تاریخ تصویب ۱۴۰۴/۱۲/۵)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
توزیع ناعادلانه شاخص‌های مؤثر بر پیاده‌روی در محلات شهری، منجر به نابرابری در دسترسی به فرصت‌های شهری و کاهش کیفیت زندگی شده است. هدف این پژوهش، تحلیل این

[۱]- استادیار، دکتری، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول) Sh.alemohammad@ut.ac.ir
[۲]- دانشیار، دکتری، دانشگاه تهران.
[۳]- استادیار، دکتری، دانشگاه هنر.
[٤]- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

ناعدالتی فضایی از طریق سنجش قابلیت پیاده‌روی و تدوین راهبردهای بهبود آن در محلات منطقه دو کلان‌شهر تهران است. این تحقیق با به‌کارگیری معیارهای تأثیرگذار و روش‌های تحلیل فضایی شامل تراکم کرنل (برای جمعیت و تقاطع‌ها)، آمار کانونی (برای وسعت فضای سبز) و تحلیل شبکه دسترسی مبتنی بر محدوده خدمات‌رسانی (برای دسترسی به خدمات شهری و ایستگاه‌های حمل‌ونقل عمومی بر اساس معابر) انجام شد. وزن‌دهی معیارها با مقایسات زوجی و نظر خبرگان و سپس تلفیق نهایی لایه‌ها، با عملگر ترکیب خطی وزندار صورت گرفت. مطابق یافته‌ها، محلات نیمه جنوبی و غربی منطقه (تیموری، صادقیه و طرشت) به دلیل برخورداری از شبکه معابر متراکم، دسترسی بهتر به خدمات و ایستگاه‌های حمل‌ونقل عمومی، بالاترین امتیاز را کسب کردند. در مقابل، محلات شمالی و شرقی (سعادت‌آباد، فراز و ایوانک) به دلیل کمبود این امکانات، با محرومیت جدی مواجه هستند. این نابرابری فضایی منجر به تشدید وابستگی به خودروی شخصی و کاهش کیفیت زندگی در محلات کم‌برخوردار می‌شود که گویای وجود بی‌عدالتی فضایی آشکار در دسترسی به مزایای پیاده‌مداری است. راهبردهای پیشنهادی بر اساس اولویت‌بندی محلات کم‌برخوردار با تراکم جمعیتی بالا (مانند توحید، دریان‌نو و سعادت‌آباد) و تمرکز بر بهبود دسترسی به خدمات، حمل‌ونقل عمومی، فضای سبز و شبکه معابر تدوین شده‌اند. این پژوهش نشان می‌دهد که ارتقای قابلیت پیاده‌روی می‌تواند ابزاری کلیدی برای تحقق عدالت فضایی و پایداری شهری باشد.

کلیدواژه‌ها: پیاده‌روی، عدالت فضایی، آمار کانونی، تراکم کرنل، شبکه دسترسی، محدوده خدمات رسانی.

۱. مقدمه

در دهه‌های اخیر، روند فزاینده شهرنشینی در جهان منجر به تغییرات عمیق در ساختار فضایی و عملکردی شهرها شده است. این تحولات علاوه بر ایجاد فرصت‌های اقتصادی و اجتماعی، پیامدهای منفی همچون وابستگی روزافزون به خودرو، تراکم ترافیکی، آلودگی هوا و کاهش کیفیت فضاهای عمومی را به همراه داشته است (Frank & Engelke, ۲۰۲۱). تجربه

شهرهای پیشرو نشان می‌دهد که ارتقای قابلیت پیاده‌روی می‌تواند به کاهش مصرف انرژی، تشویق فعالیت های بدنی، بهبود سلامت عمومی، تقویت تعاملات اجتماعی و افزایش زیست‌پذیری شهری بینجامد (Garrard et al., ۲۰۲۱; Lopez et al., ۲۰۲۳). در سال‌های اخیر، مفهوم عدالت فضایی نیز به‌عنوان رویکردی نوین در برنامه‌ریزی شهری برجسته شده است. این مفهوم بر توزیع عادلانه منابع، خدمات و زیرساخت‌های شهری در میان مناطق مختلف شهر و جوامع محلی تأکید دارد (Harvey, ۲۰۱۰). از این منظر، قابلیت پیاده‌روی نه صرفاً یک شاخص کالبدی، بلکه ابزاری برای سنجش و تحقق عدالت اجتماعی- فضایی تلقی می‌شود.

مطالعات بین‌المللی گسترده‌ای نه تنها بر اهمیت کلی قابلیت پیاده‌روی، بلکه بر شناسایی معیارها و ارزیابی عینی سنجه های تشکیل‌دهنده آن تأکید کرده‌اند. این معیارها عموماً در سه دسته کالبدی، دسترسی‌پذیری و ادراکی-کیفی قرار می‌گیرند. در دسته معیارهای کالبدی، قابلیت پیاده‌روی اغلب به عنوان شاخصی ترکیبی در نظر گرفته می‌شود که تراکم جمعیت، اختلاط کاربری‌ها و پیوستگی شبکه دسترسی از ارکان اصلی آن هستند. رابطه مستقیم میان تراکم سکونتی بالاتر با کاهش فاصله سفر و افزایش تمایل به پیاده‌روی وجود دارد. از سوی دیگر، نقش حیاتی اختلاط کاربری‌ها و تنوع مقاصد در دسترس برای ترویج پیاده‌روی در فعالیت‌های روزمره صحه گذاشته شده است (Zhang & Li, ۲۰۲۲; Lyu et al., ۲۰۲۱; Giles-Corti, ۲۰۲۰). درباره معیار دسترسی‌پذیری، شاخص پیوستگی شبکه دسترسی که با سنجه تراکم تقاطع‌ها سنجیده می‌شود، به‌عنوان عاملی کلیدی برای ایجاد مسیرهای کوتاه قابل انتخاب معرفی شده است (*Andersen et al., ۲۰۱۹; Sugiyama et al., ۲۰۲۰*). همچنین، در مطالعاتی دسترسی به مقاصد خدماتی و دسترسی به حمل‌ونقل عمومی (Kärmeniemi et al., ۲۰۱۹; Hajna et al., ۲۰۲۱; Zuo et al., ۲۰۲۰; Kim et al., ۲۰۲۱)، به‌عنوان زیرمعیارهای تعیین‌کننده، سبب کاهش وابستگی به خودروی شخصی و امکان برگزیدن بیشتر سفرهای از نوع پیاده را افزایش می‌دهند. در نهایت، معیار ادراکی- کیفی شامل زیرمعیارهای سرزندگی فضاهای پیاده راهی، کیفیت فضای سبز، طراحی محیطی و ایمنی محیطی و ایمنی محیطی (Zhang et al., ۲۰۲۱; Shashank & Schuurman, ۲۰۲۱; Vandenbulcke et al., ۲۰۲۱)، است که بر جذابیت و تجربه مطلوب پیاده‌روی و تجارب بعدی تأثیر بسزایی دارند.

شهرهای بزرگ در ایران، به دلیل رشد سریع جمعیت و گسترش نامتوازن کالبدی، با بحران‌هایی چون کمبود زیرساخت‌های پیاده‌مدار، تراکم بالای ترافیک، کاهش سرانه فضاهای عمومی و نابرابری در دسترسی به خدمات شهری روبه‌رو هستند (وزیری و قربانی، ۱۳۹۸؛ رزاقی اصل و همکاران، ۱۳۹۳؛ صالحی و همکاران، ۱۳۹۵؛ آرام و منصوریان، ۱۴۰۰؛ فیضی و همکاران، ۱۳۹۱). این شرایط ضرورت بازنگری در سیاست‌های شهری را آشکار می‌سازد، به‌ویژه از آن جهت که توجه به قابلیت پیاده‌روی از منظر عدالت در فضای شهر می‌تواند به ارتقای کیفیت زندگی، کاهش نابرابری‌های اجتماعی و دستیابی به توسعه پایدار شهری کمک کند.

کلان‌شهر تهران به‌عنوان پایتخت ایران و یکی از پرجمعیت‌ترین شهرهای خاورمیانه، با مشکلات متعددی در حوزه دسترسی و کیفیت محیط شهری مواجه است (آل‌محمد و همکاران، ۱۴۰۱). گسترش نامتوازن کالبدی، کمبود فضاهای سبز، ضعف شبکه پیاده و وابستگی شدید به خودرو، موجب شده است که الگوی جابه‌جایی در تهران عمیقاً نابرابر و ناکارآمد باشد (ناصحی و همکاران، ۱۴۰۲؛ رجبی و همکاران، ۱۳۹۵). در بسیاری از محلات، دسترسی پیاده به خدمات اساسی شهری ـ از جمله آموزشی، درمانی، تجاری و تفریحی ـ محدود است و این مسئله به نابرابری فضایی میان ساکنان مناطق مختلف دامن زده است (سلطان حسینی و همکاران، ۱۳۹۰). اگرچه در کشور ما، در سال‌های اخیر تلاش شده است تا قابلیت پیاده‌روی با شاخص‌های عینی‌تر و قابل سنجش‌تری پیگیری شود (صالحی و همکاران، ۱۳۹۵؛ وحیدی و همکاران، ۱۴۰۱؛ پرهیزگار و همکاران، ۱۴۰۱؛ حیدری تمرآبادی و همکاران، ۱۴۰۲؛ قشقایی و منصوریان، ۱۴۰۰)، اما اغلب این پژوهش ها، یا در مقیاس خرد (مانند بررسی یک محور خاص یا پیاده راه) انجام شده‌اند یا در سطح کلان‌شهری بدون تحلیل فضایی دقیق و عینی از توزیع معیارها در سطح محلات.

شکاف اصلی پژوهش حاضر، فقدان چارچوبی است که بتواند تحلیل جامعی از مهم‌ترین معیارهای تأثیرگذار بر قابلیت پیاده‌روی (شامل تراکم جمعیت، پیوستگی شبکه دسترسی، دسترسی به حمل‌ونقل عمومی، دسترسی به خدمات شهری و فضای سبز) را به صورت همزمان و در سطح محلات شهری، با بهره‌گیری از روش‌های پیشرفته تحلیل فضایی (همچون تراکم کرنل، تحلیل شبکه و محدوده خدمات‌رسانی) مورد سنجش قرار دهد و سپس نتایج را در پیوند با

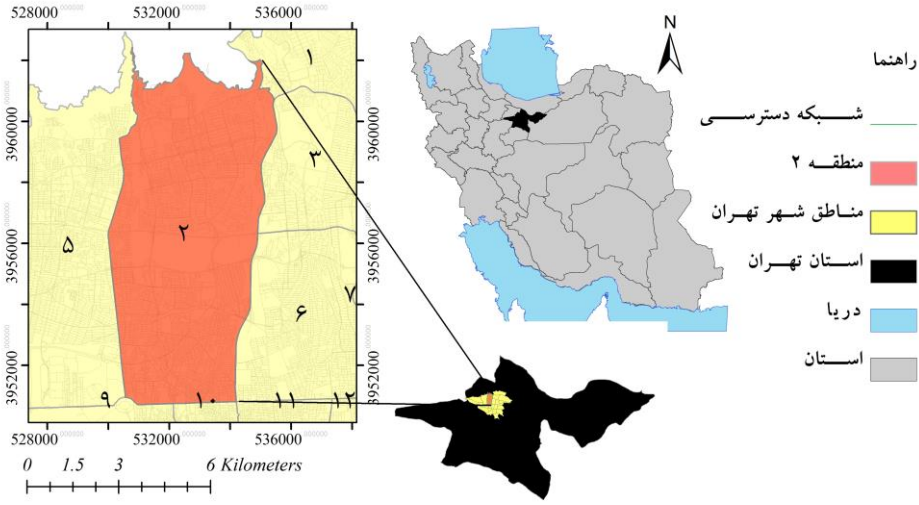
چارچوب عدالت فضایی تفسیر کند. در این پژوهش، منطقه دو شهرداری تهران، انتخاب شده است که دلایل آن در بخش معرفی منطقه مورد بررسی، ذکر می‌شود. بنابراین، مسئله اصلی این است که چگونه می‌توان با تحلیل معیارهای موثر بر قابلیت پیاده‌روی، به شناسایی نابرابری‌های فضایی در میان محلات منطقه دو شهر تهران پرداخت و راهبردهایی برای ارتقای عدالت فضایی در این زمینه تدوین کرد؟ پژوهش حاضر درصدد است با ارائه تصویری عینی از وضعیت موجود قابلیت پیاده روی، زمینه را برای تدوین راهبردهای ارتقای عدالت فضایی منطقه مورد مطالعه فراهم آورد.

۲- معرّفی منطقهٔ مورد بررسی

این پژوهش در مقیاس منطقه شهری و با واحد تحلیل محلات انجام شده است که امکان بررسی همزمان شرایط اکولوژیکی و اجتماعی را به طور مطلوبی فراهم می‌کند. منطقه دو شهرداری تهران، به عنوان مطالعه موردی، با مساحتی معادل ۴۷ کیلومتر مربع (تقریباً ۱۰٪ از مساحت کلانشهر تهران) در بخش شمال غربی آن واقع شده است (شکل ۱). این منطقه از چشم‌اندازهای کوهستانی البرز در شمال برخوردار بوده و ساختاری کشیده دارد که میان دو رودره درکه (شرق) و فرحزاد (غرب) قرار گرفته است.

بر اساس داده‌های سرشماری سال ۱۳۹۵، جمعیت این منطقه بالغ بر ۶۴۰,۰۰۰ نفر است که ویژگی‌های اجتماعی ممتازی از جمله باسوادی بالا، کوچکی متوسط بعد خانوار و ترکیب اجتماعی متشکل از اقشار تحصیلکرده و شاغل در مشاغل مدیریتی، فرهنگی و فنی را دارا می‌باشند. از نظر کارکردی، منطقه دو با دارا بودن ترکیب متنوعی از کاربری‌های مسکونی، اداری، تجاری و خدماتی، و نیز استقرار مراکز شاخصی چون برج میلاد، پارک‌های بزرگ و مراکز علمی، از پویایی اقتصادی و عملکردی بالایی برخوردار است. دسترسی مناسب به شبکه بزرگراهی اصلی (همت، حکیم، نیایش، یادگار امام و شیخ فضل‌الله) و ایستگاه‌های قطار شهری، موقعیت ارتباطی ممتازی به آن بخشیده است (ناصحی و همکاران، ۱۴۰۲؛ آل‌محمد و همکاران، ۱۴۰۱). با وجود این قابلیت‌ها، توزیع ناعادلانه مراکز خدمات شهری و فضاهای سبز، گسستگی شبکه معابر و ناهمگونی شدید در تراکم و بافت کالبدی بین محلات مختلف، این منطقه را به نمونه‌ای آشکار از چالش‌های عدالت فضایی تبدیل کرده که بررسی قابلیت پیاده‌روی را در آن

به امری ضروری بدل می‌سازد. پیامد این شرایط، کاهش جذابیت و به صرفه بودن سفرهای پیاده و تشدید نابرابری در دسترسی محلات به خدمات شهری و فضاهای سبز است.



شکل شماره (۱)- جانمایی موقعیت منطقه مورد بررسی

۳- مواد و روش‌ها

این پژوهش از نوع کاربردی- توسعه‌ای و از نظر روش، توصیفی- تحلیلی است. چارچوب روش‌شناسی، از سویی مبتنی بر تلفیق تحلیل‌های پیشرفته آمار فضایی در محیط سامانه اطلاعات جغرافیایی بوده است. از سوی دیگر، مدل‌سازی تصمیم‌گیری چندمعیاره، سبب شده تحلی منطقی و مؤثر باشد. به نحوی که ساختاردهی و وزندهی معیارها و زیرمعیارها با استدلال بر اساس سلسله مراتب تصمیم‌گیری و مقایسات زوجی رخ داده است. شکل ۲، فلوچارت مراحل اجرای پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل شماره (۲)- چارچوب روش شناسی و مراحل انجام پژوهش

۳-۱- انتخاب معیارها، زیرمعیارها و روش محاسبه و طبقه بندی سنجه ها:

بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش، پنج معیار اصلی، برای سنجش قابلیت پیاده‌روی در منطقه ۲ شهرداری تهران انتخاب شده‌اند. استفاده هم‌زمان از دوازده زیرمعیار (با سنجه های مناسب) متنوع در قالب یک مدل منسجم، دیدی جامع از عوامل تأثیرگذار بر پیاده‌مداری ارائه می‌دهد. داده‌های مکانی مورد نیاز از طریق نقشه‌های پایه و کاربری اراضی به روز (۱۴۰۳)، تهیه شد که در کنار داده‌های سرشماری بلوک‌های شهری مرکز آمار ایران (۱۳۹۵)، در یک پایگاه داده

جغرافیایی یکپارچه‌سازی شد. شکل ۳، ساختار سلسله‌مراتبی را نشان می‌دهد که جزییات اجزای آن و تکنیک های تحلیل آمار فضایی به کار گرفته شده، به شرح زیر بوده است:

- معیار تراکم جمعیت[۱] **(PD)** با سنجه تراکم کرنل[۲] جمعیت در شعاع ۵۰۰ متری: تراکم بالای جمعیت در واحد سطح، فاصله بین مقاصد را کاهش داده و پتانسیل انجام فعالیت‌های روزمره با پیاده‌روی را افزایش می‌دهد. ابزار تراکم کرنل، آمار پلیگونی سرشماری جمعیت بلوکهای شهری را (به صورت وزندار شده بر اساس رابطه معکوس با فاصله)، به لایه اطلاعاتی رستری تبدیل می کند. تراکم کرنل یکی از روشهای آمار فضایی است که به‌عنوان یک روش غیرپارامتریک، امکان تخمین تابع چگالی احتمال یک متغیر پیوسته را فراهم می‌سازد و از آن برای نمایش تمرکز فضایی پدیده‌ها استفاده می شود.
- معیار پیوستگی شبکه[۳] **(NC)** دسترسی با سنجه تراکم کرنل تقاطع ها در شعاع ۵۰۰ متری: شبکه‌ای با تراکم بالای تقاطع‌ها و الگوی شطرنجی، امکان انتخاب مسیرهای کوتاه‌تر، مستقیم‌تر و متنوع‌تر را فراهم ساخته و پیاده‌روی را کارآمد و جذاب می‌کند. این شاخص با "تراکم تقاطع‌ها" سنجیده می‌شود. ابزار تراکم کرنل برای لایه نقطه‌ای تقاطع‌های معابر در شعاع ۵۰۰ متری هر پیکسل استفاده شده است.
- معیار فضای سبز **(GS)** با سنجه آمار کانونی[۴] وسعت فضای سبز در شعاع ۵۰۰ متری: وجود فضاهای سبز باکیفیت و در دسترس، علاوه بر تأثیر بر سلامت، با ایجاد جذابیت‌های بصری و مسیرهای آرامش‌بخش، انگیزه پیاده‌روی اختیاری و تفریحی را افزایش می‌دهد. با ابزار آمار کانونی، مجموع مساحت فضای سبز در شعاع ۵۰۰ متری هر پیکسل به عنوان سنجه فضای سبز محاسبه شد.

۱- Population Density

۲- Kernel Density

۳- Access Network Connectivity

۴- Focal Statistics

- امتیازدهی استاندارد به پیکسل ها پس از طبقه بندی[۱] هر سه لایه بالا با تکنیک مجزاسازی طبیعی[۲]: لایه‌های رستری سه سنجه فوق، با استفاده از روش مجزاسازی طبیعی، در ۵ طبقه کیفی قرار گرفتند و به هر طبقه امتیازی از ۲ تا ۱۰ اختصاص یافت که نوعی استاندارد سازی نیز هست.
- معیار دسترسی به خدمات شهری[۳] **(AS)** با شش زیرمعیار شامل شش سنجه فاصله از مرکز ارائه دهنده خدمت بر روی شبکه دسترسی: این معیار با دربرداشتن دسترسی به پارک‌ها، مراکز تجاری، آموزشی، ورزشی، درمانی و مذهبی، نیاز به سفرهای روزمره را کاهش می‌دهد و مستقیماً با مفاهیم اختلاط کاربری‌ها[۴] و دسترسی به مقاصد مرتبط است. به این منظور از ابزار تحلیل شبکه دسترسی[۵] به خدمات شهری مبتنی بر محدوده خدمات رسانی[۶] استفاده شده است. با این ابزار، میزان دسترسی پیکسل‌ها به شش خدمت اصلی بر اساس سنجه فاصله از مرکز ارائه دهنده خدمت بر روی شبکه معابر، مورد محاسبه قرار گرفته است.
- معیار دسترسی به حمل‌ونقل عمومی[۷] **(PT)** با سه زیرمعیار شامل سه سنجه فاصله از ایستگاه بر روی شبکه دسترسی: دسترسی آسان به ایستگاه‌های مترو، **BRT** و اتوبوس، وابستگی به خودروی شخصی را کم کرده و سفرهای ترکیبی (پیاده‌روی در کنار حمل‌ونقل عمومی) را ترویج می‌کند. به این منظور نیز از ابزار تحلیل شبکه دسترسی به خدمات شهری مبتنی بر محدوده خدمات رسانی استفاده شده است. با این ابزار، میزان دسترسی پیکسل‌ها به سه نوع ایستگاه حمل و نقل عمومی (مترو، **BRT** و

۱- Classification

۲- Natural Break

۳- Access to Urban Services

۴- Landuse Mixture

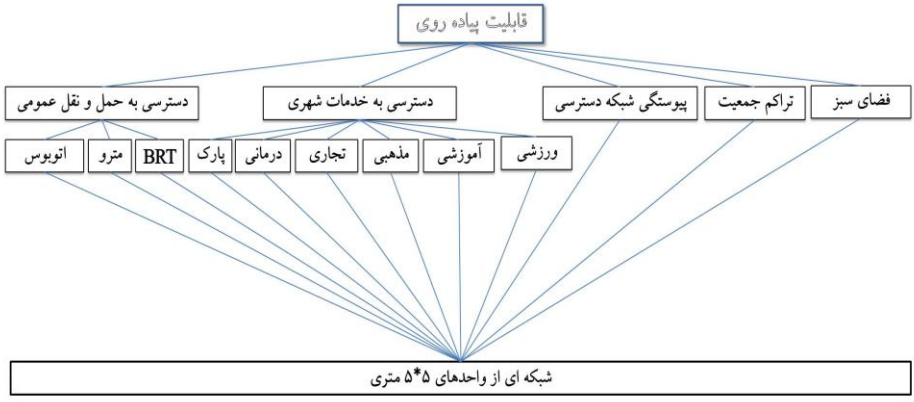
۵- Access Network Analysis

۶- Service Area

۷- Access to publicTransportation

اتوبوس)، بر اساس سنجه فاصله از ایستگاه بر روی شبکه معابر، مورد محاسبه قرار گرفته است.

- امتیازدهی استاندارد به پیکسل ها پس از طبقه بندی قراردادی لایه‌های اطلاعاتی دو معیار آخر: هرچه فاصله یک پیکسل از خدمت یا ایستگاه بیشتر باشد، امتیاز کم‌تری به آن پیکسل تعلق می‌گیرد. این یعنی ایجاد شش محدوده فاصله پلکانی قراردادی: ۰ تا ۱۰۰ متری (امتیاز ۱۰)، ۱۰۰ تا ۳۰۰ متر (امتیاز ۸)، ۳۰۰ تا ۵۰۰ متر (امتیاز ۶)، ۵۰۰ تا ۷۰۰ (امتیاز ۴)، ۷۰۰ تا ۹۰۰ (امتیاز) ۲ و در نهایت بیش از ۹۰۰ متر (امتیاز ۰). در نهایت امتیاز همه پیکسل ها به صورت استاندارد بین ۰ تا ۱۰ قرار گرفته است.
- پیکسل‌های ۵ متر در ۵ متر: برای عملیاتی‌سازی معیارها از روش‌های مختلف تحلیل فضایی استفاده شد و کلیه ورودی ها و خروجی‌ها در قالب ساختار رستری با تفکیک‌پذیری ۵×۵ متر تولید و تحلیل شده‌اند. این پیکسل ها به‌عنوان گزینه‌های تصمیم‌گیری در ساختار سلسله‌مراتبی استفاده شده است. این امر امکان ارزیابی دقیق‌تر، با جزئیات فضایی بالا را فراهم نموده است. در محاسبات این پژوهش، حاشیه منطقه تا ۱۰۰۰ متر بیرونی در نظر گرفته شد تا اثر مجاورت های فضایی در محاسبه مقادیر پیکسل ها نادیده گرفته نشود.



شکل شماره (۳)- ساختار سلسله‌مراتبی مورد استفاده در پژوهش

۳-۲- وزندهی به معیارها و زیرمعیارها:

برای تعیین اهمیت نسبی معیارها و زیرمعیارها از جداول مقایسات زوجی استفاده شد که با حضور همزمان و مشورت سه متخصص خبره در زمینه قابلیت پیاده روی (استاد دانشگاه)، تکمیل شده است. نظر توافقی این خبرگان در مقیاس ۱ تا ۹ (نسبت‌های ترجیح) برای بیان میزان ترجیح یک عامل نسبت به عامل دیگر، ابراز شده است. این مقادیر نهایی به نرم افزار **Expert Choise** وارد گردیده و وزن نسبی هر معیار از طریق محاسبه بردار ویژه استخراج شده است.

وزن معیارها شامل دسترسی به خدمات شهری (۰/۵۵)، دسترسی به حمل‌ونقل عمومی (۰/۲۴۴)، تراکم جمعیت (۰/۱۱۶)، فضای سبز (۰/۰۵۷) و پیوستگی شبکه دسترسی (۰/۰۳۲) بوده است. وزن زیرمعیارهای دسترسی به خدمات شهری چنین بوده است: دسترسی به پارک (۰/۴۶۱)، دسترسی به مراکز تجاری (۰/۲۴۸)، دسترسی به مراکز آموزشی (۰/۱۴۵)، دسترسی به مراکز ورزشی (۰/۰۷۶)، دسترسی به مراکز درمانی (۰/۰۴۴) و دسترسی به مراکز مذهبی (۰/۰۲۵). وزن زیرمعیارهای دسترسی به ایستگاه های حمل و نقل عمومی، چنین بوده است: دسترسی به ایستگاه مترو (۰/۶۳۷)، دسترسی به ایستگاه **BRT** (۰/۲۵۸) و دسترسی به ایستگاه اتوبوس (۰/۱۰۵). پایایی قضاوت‌ها با محاسبه نسبت ناسازگاری[۱] (که برای تمامی ماتریس‌ها کمتر از ۰/۱ بود)، تأیید شد.

۳-۳- روی هم گذاری و شاخص نهایی قابلیت پیاده روی:

نقشه نهایی قابلیت پیاده‌روی با اعمال وزن‌های به دست آمده و با استفاده از عملگر ترکیب خطی وزندار[۲] **(WLC)** در محیط نرم‌افزار **ArcGIS** ۱۰.۸ تولید گردید. شاخص نهایی قابلیت پیاده‌روی[۳] **(WS)**، برای هر پیکسل **(i)**، از طریق رابطه (۱) محاسبه می‌شود. این رابطه، حاصل جمع وزنی امتیازات هر یک از پنج معیار اصلی است و مقدار آن بین ۰ تا ۱۰ است.

رابطه (۱): محاسبه شاخص نهایی قابلیت پیاده‌روی

$$WS_i=(۰/۵۵\times AS_i)+(۰/۲۴۴\times PT_i)+(۰/۱۱۶\times PD_i)+(۰/۰۵۷\times GS_i)+(۰/۰۳۲\times NC_i)$$

۱- Consistency Ratio

۲- Weighted Linear Combination

۳- Walkability Score

امتیاز معیارهای ترکیبی، خود از طریق روابط (۲) و (۳) و به صورت حاصل جمع وزنی زیرمعیارهای مربوط به آن ها به دست می‌آیند و مقدار آن ها نیز بین ۰ تا ۱۰ است.

رابطه (۲): محاسبه امتیاز معیار دسترسی به خدمات شهری بر اساس شش زیرمعیار آن

$$AS_i=(۰.۴۶۱\times P_{Park-i})+(۰.۲۴۸\times P_{Comm-i})+(۰.۱۴۵\times P_{Edu-i})+(۰.۰۷۶\times P_{Sport-i})+(۰.۰۴۴\times P_{Health-i})+(۰.۰۲۵\times P_{Rel-i})$$

رابطه (۳): محاسبه امتیاز معیار دسترسی به حمل‌ونقل عمومی بر اساس سه زیرمعیار آن

$$PT_i=(۰.۶۳۷\times P_{Metro-i})+(۰.۲۵۸\times P_{BRT-i})+(۰.۱۰۵\times P_{Bus-i})$$

مقدار شاخص قابلیت پیاده روی برای هر محله، از طریق میانگین‌گیری از مقادیر تمامی پیکسل‌های واقع در محدوده آن محله قابل محاسبه است.

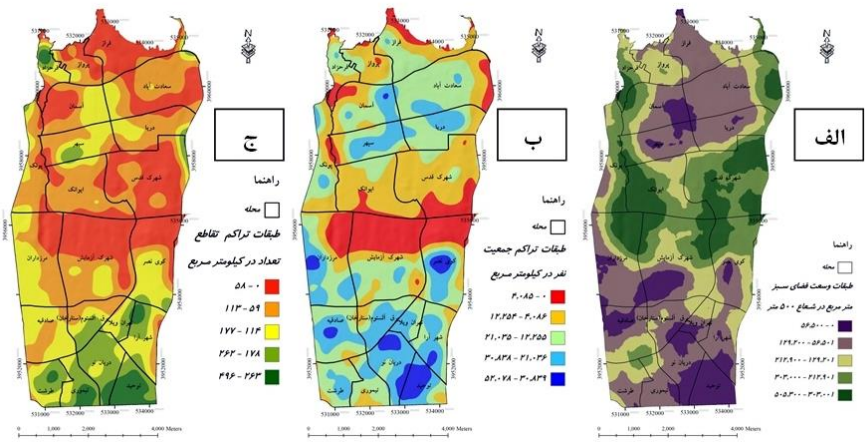
٤- نتایج

٤-١- معیاهای فضای سبز، تراکم جمعیت و پیوستگی شبکه دسترسی

شکل ۴- الف، نشان می‌دهد که فضاهای سبز در محدوده‌های میانی منطقه مطلوب‌تر است، در حالی‌که بخش‌های جنوبی و شمالی، سهم بسیار کم‌تری از فضای سبز در شعاع پیاده‌مدار دارند. بیشترین مقدار فضای سبز در شعاع ۵۰۰ متری برابر با ۵۰۵۳۰۰ متر مربع بوده است و کمترین مقدار آن، صفر بوده است. در مجموع محلات شهرک قدس، ایوانک و فرحزاد بیشترین وسعت فضای سبز را دارند، در حالی که محلاتی توحید، دریان نو، آلستوم، شهر آرا و صادقیه و شهرک آزمایش، کمترین وسعت فضای سبز را دارند.

شکل ۴- ب، نشان می‌دهد که نقاطی با تراکم بالاتر جمعیتی، عمدتاً در محلات بخش جنوبی و سپس محلات بخش شمالی منطقه تمرکز یافته‌اند. در مقابل، محدوده‌های مرکزی، تراکم جمعیتی کم‌تری را تجربه می‌کنند. بیشترین مقدار تراکم جمعیت در شعاع ۵۰۰ متری برابر با ۵۲۰۷۷ نفر در کیلومتر مربع بوده است و کمترین مقدار آن، صفر بوده است. محلات ایوانک، شهر قدس و شهرک آزمایش و محله پرواز، کمترین تراکم جمعیتی را دارند و دارای تأثیر کاهنده بر قابلیت پیاده‌روی هستند. محلات پرجمعیت‌تر (مانند توحید، دریان نو، کوی نصر، صادقیه و مرزداران)، بیشترین تأثیر را بر افزایش قابلیت پیاده‌روی دارند.

مطابق شکل ۴- ج، بیشترین مقدار تراکم تقاطع‌ها در شعاع ۵۰۰ متری برابر با ۴۹۵ تقاطع در کیلومتر مربع بوده است و کمترین مقدار آن، صفر بوده است. محلات توحید، تیموری، دریان‌نو، طرشت، شهرآرا، تهران ویلا از بخش جنوبی و فرخزاد از بخش شمالی، بیشترین تراکم تقاطع‌ها را دارند. ، محلات فراز از بخش شمالی و محلات شهرک آزمایش، شهرک قدس و کوی نصر از بخش میانی دارای کمترین تراکم تقاطع‌ها هستند.

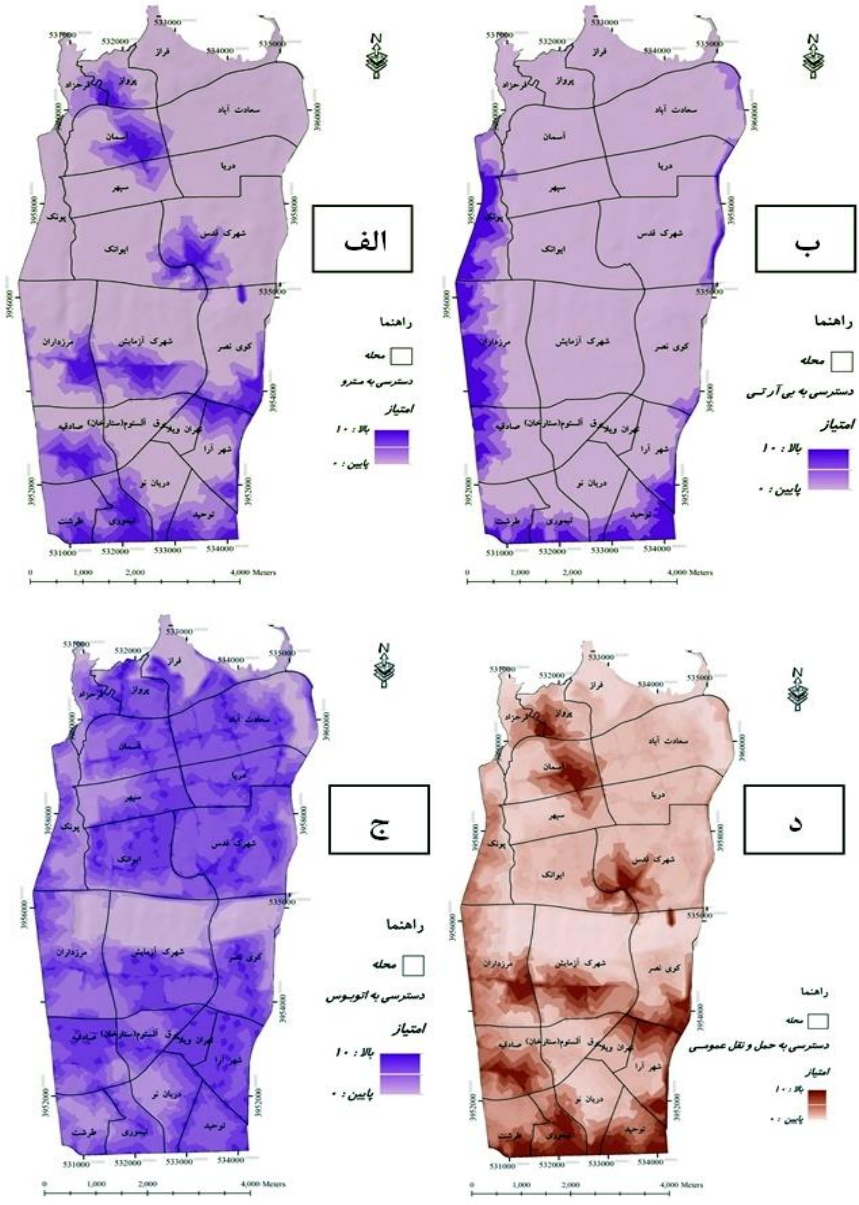


شکل شماره (٤)- الف: طبقه بندی پوشش فضای سبز در شعاع ۵۰۰ متری، ب: طبقه بندی تراکم کرنل جمعیت در شعاع ۵۰۰ متری و ج: طبقه بندی تراکم کرنل تقاطع‌ها در شعاع ۵۰۰ متری

٤-۲- معیار دسترسی به حمل‌ونقل عمومی

مطابق شکل ۵- الف، دسترسی به ایستگاه‌های مترو به‌طور ناهمگن توزیع شده و تمرکز بیشتر در نیمه جنوبی منطقه است. محلات پونک، سعادت آباد، فراز، دریا و ایوانک، به دلیل فاصله زیاد از ایستگاه‌های مترو، دسترسی بسیار کم‌تری به این ایستگاه‌ها دارند. محلات تیموری، توحید، صادقیه و طرشت، دسترسی خیلی بهتری به ایستگاه‌های مترو دارند. مطابق شکل ۵- ب، دسترسی به ایستگاه‌های خطوط **BRT**، بیشتر در حاشیه‌های غربی و جنوبی متمرکز است. بخش‌های مرزی رو به بیرون منطقه در محلات پونک، توحید، مرزداران، صادقیه و طرشت، بیشترین میزان دسترسی را دارند. محلات شهرک آزمایش، ایوانک، سپهر و آسمان و محلات شمالی (مانند فرحزاد، پرواز و فراز)، از کمترین امتیاز در این معیار برخوردار شده‌اند. مطابق شکل ۵- ج،

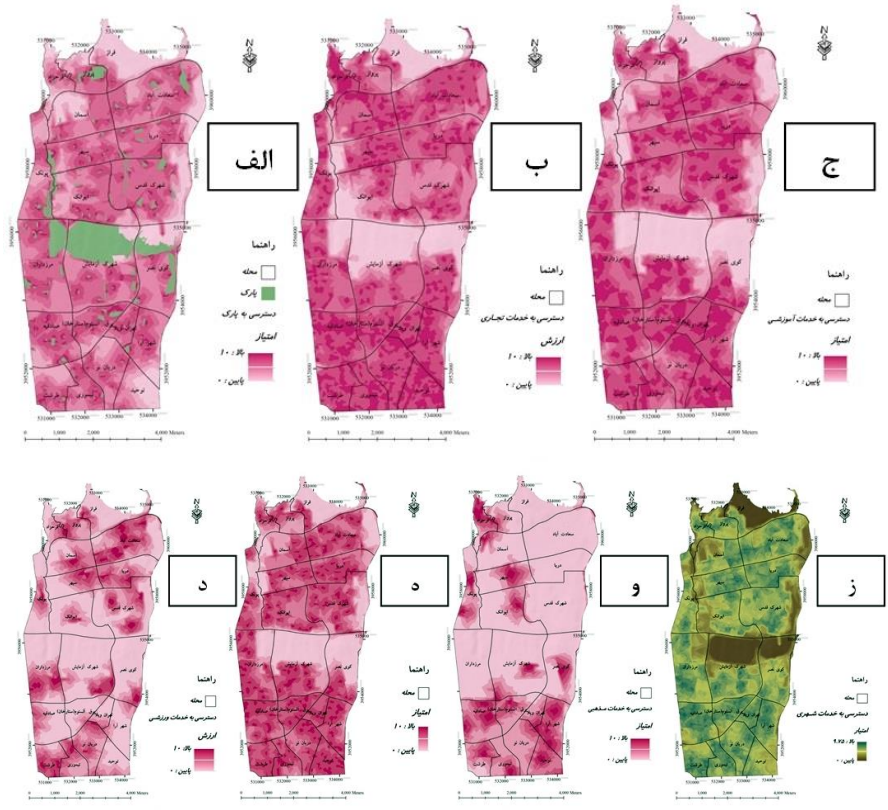
دسترسی به ایستگاه‌های اتوبوس به شکل گسترده‌تری توزیع شده‌اند. اغلب محلات دارای میزان دسترسی مناسبی به ایستگاه‌های اتوبوس هستند. فقط بخش‌هایی از شهرک آزمایش، کوی نصر، مرزداران، دریان نو و طرشت، با کمبود دسترسی مواجه هستند. مطابق شکل ۵- د، دسترسی مطلوب‌تر به مجموع این سه زیرمعیار، در برخی محلات نیمه جنوبی منطقه و همچنین بخش‌های میانی در نیمه شمالی، سبب ارتقای قابلیت پیاده‌روی است. محلاتی سعات آباد، دریا، فراز، پونک و ایوانک، به دلیل کمبود ایستگاه‌های مترو و اتوبوس، با دسترسی ضعیف‌تری مواجه هستند که مسبب کاهش جذابیت پیاده‌روی و افزایش وابستگی به خودروهای شخصی است.



شکل شماره (۵)- محدوده خدمات‌رسانی ایستگاه های حمل و نقل عمومی بر روی شبکه دسترسی. الف: دسترسی به ایستگاه مترو، ب: دسترسی به ایستگاه BRT، ج: دسترسی به ایستگاه اتوبوس و د) دسترسی نهایی به ایستگاه های حمل و نقل عمومی

٤-۳- معیار دسترسی به خدمات شهری

مطابق شکل ۶- الف تا ۶-و، به ترتیب دسترسی به پارک‌ها، مراکز تجاری، مراکز آموزشی، مراکز ورزشی مراکز درمانی و مراکز مذهبی، هر کدام در بخش هایی از منطقه مطلوبتر است. به عبارت ساده، از نظر هر زیرمعیار، میان محلات مختلف منطقه تفاوت‌های چشمگیری وجود دارد. مطابق شکل ۶- ز، محلاتی که در مجموع، دسترسی بالاتری به جمیع عوامل پارک‌ها و مراکز تجاری، آموزشی، ورزشی، مذهبی و درمانی داشته اند، از این منظر در آنها جذابیت پیاده‌روی بیشتر و تمایل به استفاده از خودروی شخصی، کمتر است.

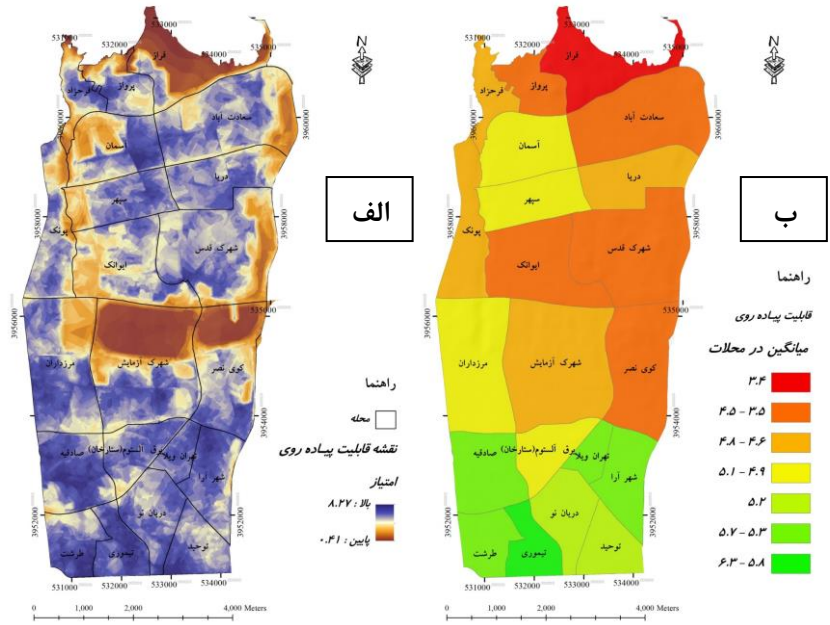


شکل شماره (٦)- محدوده خدمات‌رسانی مراکز خدمات شهری بر روی شبکه دسترسی الف:

دسترسی به پارک، ب: دسترسی به مراکز تجاری، ج: دسترسی به مراکز آموزشی، د: دسترسی به مراکز ورزشی، ه: دسترسی به مراکز درمانی، و: دسترسی به مراکز مدهبی و ز: دسترسی نهای به خدمات شهری

٤-٤- قابلیت پیاده‌روی در منطقه ۲ شهرداری تهران

شکل ۷- الف، نتیجه نهایی تحلیل در مقیاس خردفضا (پیکسل‌ها) را نشان می دهد. به دلیل برخورداری نسبی بهتر از شبکه پیوسته‌تر معابر، وسعت بیشتر فضای سبز، تراکم جمعیتی بالاتر، دسترسی مطلوب‌تر به ایستگاه‌های حمل و نقل و دسترسی مناسب‌تر به خدمات شهری، برخی پیکسل ها امتیاز بیشتری دریافت نموده اند است. بر اساس شکل ۷- ب، قابلیت پیاده‌روی در منطقه ۲ تهران، تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل کالبدی و کارکردی، الگوی ناهمگنی فضایی چشمگیری دارد. محلات تیموری، صادقیه، طرشت، تهران ویلا و شهرآرا دارای بالاترین میانگین‌های قابلیت پیاده‌روی بوده‌اند. این محلات به دلیل هم‌افزایی مثبت میان شبکه معابر ریزدانه، دسترسی گسترده به خدمات شهری و نزدیکی به ایستگاه‌های حمل‌ونقل عمومی، شرایط مناسبی برای پیاده‌مداری دارند. در مقابل، محلاتی فراز، پرواز، سعادت آباد، شهرک قدس، ایوانک و کوی نصر، قابلیت پیاده‌روی مناسبی ندارند که اغلب ناشی از کمبود دسترسی به مترو و **BRT**، فاصله زیاد از مراکز خدماتی و نیز تراکم جمعیتی کمتر است. نیمه‌های جنوبی و غربی منطقه به دلیل تمرکز خدمات، حمل‌ونقل عمومی، اختلاط مناسب‌تر کاربری ها و شبکه معابر متراکم‌تر، شرایط مطلوب‌تری را در مقایسه با نیمه‌های شمالی و شرقی برای پیاده‌مداری فراهم آورده‌اند.



شکل شماره (۷)- الف: قابلیت پیاده‌روی در واحد پیکسل و ب: قابلیت پیاده روی در محلات شهری

٤-٥- ساماندهی فضا بر اساس شرایط محلات

بهبود قابلیت پیاده‌روی در سطح منطقه نیازمند سیاست‌های متوازن‌سازی فضایی است. به‌ویژه توسعه حمل‌ونقل عمومی، ارتقای پیوستگی شبکه دسترسی و ایجاد مراکز خدماتی در محلات کم‌برخوردار، می‌تواند ضمن ارتقای عدالت فضایی، سهم پیاده‌روی در سفرهای شهری را افزایش داده و کیفیت زندگی ساکنان را بهبود بخشد. در هر محله، به ازای شرایط متفاوت معیارها و زیرمعیارها، راهبردهای مدیریتی متفاوتی اولویت دارد. همچنین افزایش زیرساخت‌های مؤثر بر قابلیت پیاده‌روی (خدمات شهری، حمل و نقل، وسعت فضای سبز و تراکم تقاطع‌ها) باید در کنار توجه به نیازهای جمعیتی (با توجه به تراکم جمعیت هر محله) باشد. اولویت‌های راهبردی به منظور برخورداری عادلانه محلات شهری از قابلیت پیاده‌روی به شرح زیر است:

- اولویت‌های راهبردی به منظور ارتقای دسترسی به خدمات شهری: در محلات شهرک

قدس، آسمان، ایوانک و سپهر، کمبود اختلاط کاربری ها سبب کاهش دسترسی به خدمات شهری شده است. از این رو در این محلات، نیازمند ارتقای دسترسی به خدمات شهری و توزیع متعادل‌تر انواع کاربری های خدماتی هستیم. از میان محلات نام برده شده، سپهر و آسمان به دلیل تراکم جمعیتی بالاتر در اولویت اول هستند.

- اولویت‌های راهبردی به منظور ارتقای دسترسی به حمل و نقل عمومی: محلات سعات آباد، دریا، فراز، پونک و ایوانک، به دلیل کمبود ایستگاه‌های مترو و اتوبوس، با دسترسی ضعیف‌تری مواجه هستند که مسبب کاهش جذابیت پیاده‌روی و افزایش وابستگی به خودروهای شخصی است. از میان محلات نام برده شده، به ترتیب دریا و سعادت آباد به دلیل تراکم جمعیتی بالاتر در اولویت اول هستند.
- اولویت‌های راهبردی به منظور ارتقای وسعت فضای سبز: محلات توحید، دریان نو، آلستوم، شهر آرا و صادقیه و شهرک آزمایش، کمترین وسعت فضای سبز را در شعاع ۵۰۰ متری دارند. از میان این محلات، توحید و دریان نو به دلیل تراکم جمعیتی بالاتر در اولویت اول هستند.
- اولویت‌های راهبردی به منظور ارتقای تراکم تقاطع‌ها: در مجموع، محلات شهرک آزمایش، فراز، کوی نصر و شهرک قدس، دارای کمترین تراکم تقاطع‌ها هستند. از میان این محلات، کوی نصر به دلیل تراکم جمعیتی بالاتر در اولویت اول است.

۵- بحث

اگرچه تلاش‌های بسیاری برای پهنه‌بندی مناطق حفاظت شده در کشور ما انجام گردیده است (سلطان حسینی و همکاران، ۱۳۹۰؛ صالحی و همکاران، ۱۳۹۵؛ وحیدی و همکاران، ۱۴۰۱؛ پرهیزگار و همکاران، ۱۴۰۱؛ حیدری تمرآبادی و همکاران، ۱۴۰۲؛ قشقایی و منصوریان، ۱۴۰۰)، اما روش پیشنهادی این پژوهش با تمرکز بر تعریف عملی دسترسی محلی و استفاده همزمان از ابزارهای فضایی دقیق، تلاش می‌کند ضمن حفظ خوانایی برای سیاست‌گذار شهری، اعتبار روش‌شناختی و همبستگی با رفتار واقعی شهروندان را افزایش دهد. در ادامه چهار برتری اصلی تشریح می‌شوند.

- برتری حاصل از انتخاب شعاع ۵۰۰ متر در محاسبه وسعت فضای سبز، تراکم تقاطع ها و تراکم جمعیت: ۵۰۰ متر، شعاع پیاده مدار در پیرامون هر پیکسل است. زیرا ۵۰۰ متر،

تقریباً معادل ۵ تا ۷ دقیقه پیاده‌روی برای یک فرد با قامت متوسط است و در ادبیات برنامه‌ریزی شهری به عنوان شعاع قابل‌قبول دسترسی محلی مطرح شده است. سازمان بهداشت جهانی و برخی راهنماهای طراحی شهری، نیز بر لزوم دسترسی محلی در شعاع کم تأکید دارند (WHO, ۲۰۱۷; Gunn et al., ۲۰۱۷; Yang & Diez-Roux, ۲۰۱۲; Gehl, ۲۰۱۰).

- برتری حاصل از در نظر گرفتن حاشیه منطقه تا ۱۰۰۰ متر بیرونی به منظور در نظر گرفتن اثر مجاورت های فضایی و حاشیه در محاسبه مقادیر پیکسل ها. خدمات و فعالیت‌های شهری که در مرزهای نزدیک قرار دارند، می‌توانند بر تجربه کاربران در محدوده اصلی اثرگذار باشند. این رویکرد در ادبیات جغرافیای شهری با عنوان اثر حاشیه‌ای[۱] شناخته می‌شود. بافر افزایشی، امکان تحلیل جامع‌تری از دسترسی واقعی را فراهم می‌سازد (Kwan, ۲۰۱۲; Chaix et al., ۲۰۰۹).
- برتری حاصل از به کارگیری تراکم کرنل به جای تراکم معمولی: مزیت تراکم کرنل نسبت به تراکم معمولی آن است که به جای شمارش ساده نقاط، نقاط نزدیک‌تر وزن بیشتری می‌گیرند و با افزایش فاصله وزن آن‌ها کاهش می‌یابد، که این امر بازنمایی دقیق‌تری از الگوهای مکانی ایجاد می‌کند. تراکم کرنل امکان تولید سطح پیوسته‌ای از چگالی فضایی را فراهم می‌سازد که حساسیت بالاتری نسبت به تغییرات مکانی دارد و ارتباط بهتری با رفتارهای واقعی شهروندان نشان داده است. فزون بر این، مطالعات سلامت محیطی نشان داده‌اند که تراکم کرنل امکانات با افزایش احتمال پیاده‌روی و فعالیت بدنی همبستگی معناداری دارد (Thornton et al., ۲۰۱۱; King et al., ۲۰۱۵; Telega et al., ۲۰۲۱; McCormack & Shiell, ۲۰۱۱).
- برتری حاصل از به کارگیری تحلیل شبکه دسترسی به جای بافر دایره‌ای ساده[۲]:

---

[۱]- Spillover or Edge Effects

[۲]- Euclidean Buffer

روش‌های مبتنی بر فاصله مستقیم معمولاً دسترسی را بیش‌برآورد می‌کنند، زیرا مکان‌هایی را در محدوده قرار می‌دهند که از نظر مسیر واقعی قابل دسترسی نیستند. در مقابل، تحلیل شبکه با در نظر گرفتن مسیرهای واقعی، تقاطع‌ها، بن‌بست‌ها و موانع، تصویری واقعی‌تر از دسترسی فضایی ارائه می‌دهد. مطالعات نشان داده‌اند که مدل‌های شبکه‌ای همبستگی بیشتری با رفتارهای واقعی سفر و پیاده‌روی دارند و بنابراین دقت تحلیلی بالاتری به دست می‌دهند (Browning et al., ۲۰۱۷; Bramson et al., ۲۰۲۱; Li et al., ۲۰۲۲; Pais et al., ۲۰۲۵).

٦- نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف تحلیل قابلیت پیاده‌روی و بررسی عدالت فضایی در سطح محلات منطقه دو کلان‌شهر تهران انجام شد. یافته‌ها نشان داد که الگوی توزیع معیارهای مؤثر بر پیاده‌روی (دسترسی به خدمات شهری، دسترسی به حمل‌ونقل عمومی، تراکم جمعیت، پیوستگی شبکه معابر و وسعت فضای سبز) بسیار ناهمگن و نامتوازن است. به‌طور کلی، نیمه‌های جنوبی و غربی منطقه به دلیل تمرکز خدمات، حمل‌ونقل عمومی، اختلاط مناسب‌تر کاربری‌ها و شبکه معابر متراکم‌تر، شرایط مطلوب‌تری را در مقایسه با نیمه‌های شمالی و شرقی برای پیاده‌مداری فراهم آورده‌اند. این الگوها نشان می‌دهد که نابرابری فضایی در دسترسی به فرصت‌های روزمره در منطقه دو تهران وجود دارد و این نابرابری می‌تواند به افزایش وابستگی به خودرو، کاهش کیفیت زیست‌پذیری و تعمیق شکاف‌های اجتماعی- فضایی منجر شود. بر این اساس، ضروری است سیاست‌های شهری در این منطقه به سمت ارتقای دسترسی عادلانه در همه محلات هدایت شوند.

تصمیم‌گیری برای ارتقای وضعیت هر معیاری که در برخی محلات دارای شرایط ضعیف است، برای محلاتی دارای اولویت بیشتر است که تراکم جمعیتی بالاتر دارند. بر این اساس، محلاتی چون توحید، دریان نو، سپهر، آسمان، سعادت‌آباد، دریا، طرشت و کوی نصر به‌عنوان کانون‌های اصلی مداخله برای ارتقای قابلیت پیاده‌روی منطقه شناسایی شده‌اند. برنامه‌ریزی هدفمند در این محلات می‌تواند علاوه بر ارتقای عدالت فضایی، سهم پیاده‌روی در سفرهای روزمره را به‌طور معناداری افزایش داده و کیفیت زیست‌پذیری شهری را بهبود بخشد. این رویکرد قابلیت تعمیم به

سایر مناطق شهر تهران و نیز شهرهای دیگر کشور را دارد.

در کنار مزیت‌هایی که در بحث مطرح شد، باید به محدودیت‌های پژوهش نیز اشاره کرد. نخست، مبنای داده‌های جمعیتی، آخرین سرشماری رسمی کشور بوده که ممکن است تمامی تغییرات جدید جمعیتی را بازتاب ندهد. دوم، تمرکز مدل بر معیارهای کالبدی و کمی بوده و ابعاد کیفی تجربه پیاده‌روی (مانند امنیت ادراکی، کیفیت منظر شهری، سرزندگی فضاها و احساس تعلق اجتماعی) به‌طور مستقیم در تحلیل وارد نشده‌اند. با وجود این محدودیت‌ها، پژوهش حاضر تصویری روشن از وضعیت عدالت فضایی در حوزه پیاده‌مداری شهری فراهم می‌سازد و می‌تواند مبنایی برای برنامه‌ریزی شهری و تدوین سیاست‌های ارتقای عدالت فضایی باشد. همچنین پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی، داده‌های رفتاری و ادراکی شهروندان با شاخص‌های مکانی تلفیق شود تا ابعاد اجتماعی و ذهنی پیاده‌روی نیز در کنار معیارهای کالبدی مورد توجه قرار گیرد. در مجموع، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که ارتقای قابلیت پیاده‌روی می‌تواند ابزاری کلیدی برای تحقق عدالت فضایی، کاهش نابرابری‌های اجتماعی و بهبود کیفیت زیست‌پذیری شهری باشد.

۷- منابع و مآخذ

۱- آرام، ع، و منصوریان، ا. (۱۴۰۰). **اهمیت و تأثیر پیاده‌روها در بهبود کیفیت زندگی و نقش آن در فضای شهری**. *جغرافیا و روابط انسانی*، ۱۸۹-۱۹۳. https://www.gahr.ir/article_۱۳۸۲۹۸.html?utm_source=chatgpt.com

۲- آل‌محمد، سیده، منوچهری میاندوآب، ایوب و رمضانی مهریان، مجید. (۱۴۰۱). **تحلیل عوامل عدم تعادل فضایی منطقه کلان‌شهری تهران و سناریوهای آینده**. **فصلنامه علمی راهبرد. ۳۱ (۲)، ۲۸۷ - ۳۱۰.** https://۱۰.۲۲۰۳۴/rahbord.۲۰۲۲.۱۶۲۶۰۴

۳- حیدری تمرآبادی، مینا ، فصیحی، حبیب اله و کرمی، تاج الدین. (۱۴۰۳). **ارزیابی عناصر سرزندگی فضا در پیاده راه جهانشهر کرج**. *برنامه‌ریزی فضایی*، ۱۴ (۲)، ۱-۳۰. https://۱۰.۲۲۱۰۸/sppl.۲۰۲۴.۱۳۸۹۹۹.۱۷۴۴\

۴- رجبی، آ، مهدوی، م، درزی رامندی، م. (۱۳۹۵). **ارزیابی عملکرد پیاده راه و نقش‌پذیری آن در جهت جنبش پیاده گستری و آسایش حرکت پیاده در برنامه‌ریزی شهری (نمونه موردی منطقه ۲ تهران)**. فصلنامه علمی و پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۱۹۳-۲۱۰. https://journals.iau.ir/article_۵۳۶۹۸۳.html

۵- رزاقی اصل، سینا، علیمردانی، م، زیبایی، ن. (۱۳۹۳). **نقش عوامل طراحی در ارتقای سلامت و پیاده‌روی ساکنان، نمونه موردی محله مطهری مشهد**. *فصلنامه مطالعات شهری*، ۲۷-۳۶. https://urbstudies.uok.ac.ir/article_۸۷۶۴.html

۶- سلطان حسینی، م، پورسلطانی، ح، سلیمی، م، عمادی، سارا. (۱۳۹۰). **امکان سنجی قابلیت پیاده‌روی در فضای شهری بر پایه الگوهای توسعه پایدار و نوشهرسازی (مطالعه موردی: محله سعادت آباد تهران)**. *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری*، ۴۳-۵۶. https://jupm.marvdasht.iau.ir/article_۱۵۵۳.html

۷- صالحی، اسماعیل، آل‌محمد، سیده و رمضانی مهریان، مجید. (۱۳۹۵). **تحلیل فضایی قابلیت پیاده‌روی مطالعهٔ موردی: منطقه‌ی ٦ شهر تهران**. صفه، ۲۶(۳)، ۶۵-۸۶.

۸- فیضی، م، رجبی، آ، و حسینی، ی. (۱۳۹۱). **بازشناخت جنبش پیاده مداری در پایداری فضاهای متراکم شهری**. *مدیریت شهری*، ۱۰(۳۰)، ۱۷۹-۱۹۳ https: //sid.ir/paper/۹۱۹۴۲/fa

۹- قشقایی، رضا و منصوریان، الهام. (۱۴۰۰). **مؤلفه های تأثیر گذار بر ارتقای کیفیت فضای سبز شهری (نمونه موردی پیاده‌روهای شهر یاسوج)**. *جغرافیا و روابط انسانی*، ۴(۳)، ۵۰-۶۴. https://۱۰.۲۲۰۳۴/gahr.۲۰۲۱.۳۰۳۵۷۳.۱۶۰۷

۱۰- ناصحی، سعیده، آل‌محمد، سیده، رمضانی مهریان، مجید و مبرقعی دینان، نغمه. (۱۴۰۲). **تدوین راهبردهای پایداری زیرساخت‌های سبز شهری با استفاده از ارزیابی تغییرات سیمای سرزمین (مطالعه موردی: منطقه دو کلان‌شهر تهران). جغرافیا و پایداری محیط. ۱۳ (۲)، ۹۵- ۱۱٤.** https://۱۰.۲۲۱۲۶/ges.۲۰۲۳.۸۶۴۰.۲۶۱۴

۱۱- وحیدی، حسین، رمضانی مهریان، مجید، خسروی، حسین، علی حسینی، آزاده و جلایر، امین. (۱۴۰۱). **شاخص قابلیت پیاده‌روی: رویکردی برای توسعه پایدار شهری (مورد مطالعه: منطقه ۱٦ شهرداری تهران).** *فصلنامه علوم محیطی*، ۲۰(۴) ، ۲۵۹-۲۷۶. https://۱۰.۴۸۳۰۸/envs.۲۰۲۲.۱۱۶۵

۱۲- وزیری و و قربانی، س. (۱۳۹۷). **نقش پیاده راه درارتقا سلامت شهروندان(تأثیر پیاده راه بر افزایش پیاده‌روی سالم در محیط‌های شهری)**، *کنفرانس بین المللی عمران، معماری و مدیریت توسعه شهری در ایران، تهران.* https://civilica.com/doc/۸۴۷۸۳۷/

۱۳- Andersen, Z. J. , de Nazelle, A. , Mendez, M. A. , Garcia-Aymerich, J. , Hertel, O. , Tjønneland, A., & Nieuwenhuijsen, M. J. (۲۰۱۹). **A study of the associations between road network structure, urban form, and physical activity in the Danish Diet, Cancer and Health cohort**. *Environmental Research*, ۱٦۹, ٤٥٥–٤٦۳. https://doi.org/۱۰.۱۰۱٦/j.envres.۲۰۱۸.۱۱.۰۲۰

۱٤- Frank, L. D., & Engelke, P. (۲۰۲۱). **How Land Use and Transportation Systems Impact Public Health: A Scientific Research Agenda**. *American Journal of Public Health*.

۱٥- Frank, L. D., Fox, E. H., Ulmer, J. M., Chapman, J. E., Kershaw, S. E., Sallis, J. F., Conway, T. L., Cerin, E., Cain, K. L., Adams, M. A., Radford-Smith, G., Hinckson, E., Mavoa, S., Christiansen, L. B., Hino, A. A. F., Lopes, A. A. S., & Schipperijn, J. (۲۰۱۷). **International comparison of observation-specific spatial buffers: maximizing the ability to estimate physical activity**. *International Journal of Health Geographics*, ۱٦, ٤. https://doi.org/۱۰.۱۱۸٦/s۱۲۹٤۲-۰۱۷-۰۰۷۷-۹

۱٦- Garrard, J. , et al. (۲۰۲۱). **Designing Walkable Communities: A Guide to Effective Planning**. *Urban Planning*.

۱۷- Gehl, J. (۲۰۱۰). **Cities for People**. Island Press.

۱۸- Giles-Corti, B. (۲۰۱۹). **Urban liveability: Emerging lessons from Australia for exploring the potential for indicators to measure the social determinants of health**. *Social Science & Medicine*, ۲۳۲, ۳–۱۰. https://doi.org/۱۰.۱۰۱٦/j.socscimed.۲۰۱۹.۰٤.۰۰٤

۱۹- Gunn, L. D., King, T. L., Mavoa, S., Lamb, K. E., Giles-Corti, B., & Kavanagh, A. M. (۲۰۱۷). **Identifying destination distances that support walking trips in local neighborhoods.** *Journal of Transport & Health*, ۵, ۱۳۳–۱۴۱. https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.jth.۲۰۱۶.۰۸.۰۰۹
۲۰- Hajna, S. , Dasgupta, K. , Halparin, M. , & Ross, N. A. (۲۰۲۱). **Neighbourhood walkability and daily steps in adults: A systematic review and meta-analysis**. *BMC Public Health*, ۲۱, ۱۳۰۲. https://doi.org/۱۰.۱۱۸۶/s۱۲۸۸۹-۰۲۱-۱۱۳۲۶-٤
۲۱- James, P., Berrigan, D., Hart, J. E., Hipp, J. A., Hoehner, C. M., Kerr, J., Major, J. M., Oka, M., & Laden, F. (۲۰۱٤). **Effects of buffer size and shape on associations between the built environment and energy balance**. *Health & Place*, ۲۷, ۱٦۲–۱۷۰. https://doi.org/۱۰.۱۰۱٦/j.healthplace.۲۰۱٤.۰۲.۰۰۳
۲۲- Jankowska, M. M., Natarajan, L., Godbole, S., Meseck, K., Sears, D. D., Patterson, R. E., & Kerr, J. (۲۰۱۷). **Kernel density estimation as a measure of environmental exposure related to insulin resistance in breast cancer survivors**. *Cancer Epidemiology, Biomarkers & Prevention*, ۲٦(۷), ۱۰۷۸–۱۰۸٤. https://doi.org/۱۰.۱۱۵۸/۱۰۵۵-۹۹٦۵.EPI-۱٦-۰۹۲۷
۲۳- Kärmeniemi, M. , Lankila, T. , Ikäheimo, T. , Koivumaa-Honkanen, H. , & Korpelainen, R. (۲۰۱۹). **The built environment as a determinant of physical activity: A systematic review of longitudinal studies and** *Behavioral Medicine*, ۵۳(۷) , ٦٤۲–٦۵۵. **natural experiments**. *Annals of* https://doi.org/۱۰.۱۰۹۳/abm/kay۰۳۱
۲٤- Kim, D. , Ko, Y. , & Park, H. (۲۰۲۱). **Does access to public transportation increase walking? Evidence from Seoul, South Korea**. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, ۱۸(٤) , ۲۰۳٦. https://doi.org/۱۰.۳۳۹۰/ijerph۱۸۰٤۲۰۳٦
۲۵- King, T. L., Bentley, R. J., Thornton, L. E., & Kavanagh, A. M. (۲۰۱٦). **Using kernel density estimation to understand the influence of neighbourhood destinations on BMI**. *BMJ Open*, ٦(۲), e۰۰۸۸۷۸. https://doi.org/۱۰.۱۱۳٦/bmjopen-۲۰۱۵-۰۰۸۸۷۸
۲٦- Kwan, M.-P. (۲۰۱۲). **The uncertain geographic context problem**. *Annals of the Association of American Geographers*, ۱۰۲(۵), ۹۵۸–۹٦۸. https://doi.org/۱۰.۱۰۸۰/۰۰۰٤۵٦۰۸.۲۰۱۲.٦۸۷۳٤۹.
۲۷- Li, J., Peterson, A., Auchincloss, A. H., Hirsch, J. A., Rodriguez, D. A., Sánchez, B. N. (۲۰۲۲). **Comparing effects of Euclidean** &Melly, S. J., **buffers and network buffers on associations between built environment and transport walking: the Multi-Ethnic Study of Atherosclerosis**. *International Journal of Health Geographics*, ۲۱(۱), ۱۲. https://doi.org/۱۰.۱۱۸٦/s۱۲۹٤۲-۰۲۲-۰۰۳۱۰-۷.
۲۸- Lopez, M. , et al. (۲۰۲۳). **Factors Affecting Pedestrian Behavior in**

Urban Environments. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, ۱۱۲, ۱۰۴۱۲۳.
۲۹- Lyu, F. , Zhang, X. , & Shi, L. (۲۰۲۱). ***Association of land use mix and neighborhood walkability with physical activity and sedentary behavior in older adults: A systematic review***. *Geriatrics & Gerontology International*, ۲۱(۲) , ۱۰۵–۱۱۳. https://doi.org/۱۰.۱۱۱۱/ggi.۱۴۱۰۳
۳۰- McCormack, G. R., & Shiell, A. (۲۰۱۱). **In search of causality: a systematic review of the relationship between the built environment and physical activity among adults**. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, ۸, ۱۲۵. https://doi.org/۱۰.۱۱۸۶/۱۴۷۹-۵۸۶۸-۸-۱۲۵
۳۱- Sugiyama, T. , Cerin, E. , Owen, N. , Oyeyemi, A. L. , Conway, T. L. , Van Dyck, D. , Sallis, J. F. (۲۰۲۰). **Associations of neighborhood environmental attributes with adults' transport-related walking and cycling: Findings from the IPEN Adult stud**y. *Health & Place*, ۶۳, ۱۰۲۳۳۳. https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.healthplace.۲۰۲۰.۱۰۲۳۳۳
۳۲- Thornton, L. E., Pearce, J. R., & Kavanagh, A. M. (۲۰۱۱). **Using geographic information systems (GIS) to assess the role of the built environment in influencing obesity: A glossary**. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, ۸, ۷۱. https://doi.org/۱۰.۱۱۸۶/۱۴۷۹-۵۸۶۸-۸-۷۱
۳۳- World Health Organization Regional Office for Europe. (۲۰۱۶). **Urban green spaces and health: a review of evidence**. WHO Regional Office for Europe.
۳۴- Shashank, A. , & Schuurman, N. (۲۰۲۱). ***Unpacking walkability indices and their inherent assumptions***. *Health & Place*, ۶۷, ۱۰۲۴۸۹. https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.healthplace.۲۰۲۰.۱۰۲۴۸۹
۳۵- Vandenbulcke, G., Thomas, I., & Steenberghen, T. (۲۰۲۱). **The influence of street design and crime-related safety on route choice behavior: Evidence from a field experiment**. *Journal of Transport Geography*, ۹۱, ۱۰۲۹۶۴. https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.jtrangeo.۲۰۲۱.۱۰۲۹۶۴
۳۶- WHO (۲۰۱۷). **Urban Green Space Interventions and Health**. World Health Organization.
۳۷- Zhang, X. , Tan, P.Y. , & Tao, Y. (۲۰۲۱). **Perceived street greenery and mental health: A case study in Beijing**. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, ۱۸(۳), ۱۲۰۸. https://doi.org/۱۰.۳۳۹۰/ijerph۱۸۰۳۱۲۰۸
۳۸- Zhang, Y. , & Li, X. (۲۰۲۲). **Residential density, urban form, and walking behavior: Evidence from urban China**. *Cities*, ۱۲۲, ۱۰۳۵۳۴. https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.cities.۲۰۲۱.۱۰۳۵۳۴

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ۳۵۱-۳۰۹
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

بررسی جمعیت‌شناختی سقط‌جنین ناشی از قتل‌های‌ناموسی در استان خوزستان

محمد نبهان[۱]
نادر مطیع حق شناس[۲]

(تاریخ دریافت۱۴ /۱۴۰۴/۵ ـ تاریخ تصویب ۱۴۰۴/۸/۲۴)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
هدف این پژوهش، بررسی جمعیت‌شناختی سقط جنین ناشی از قتل‌های ناموسی در استان خوزستان است. این تحقیق کیفی با استفاده از روش تحلیل تماتیک (تحلیل مضمون) و استدلال استقرائی انجام شده است. برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، مشاهده، و مطالعه اسناد متمرکز بر این حوزه استفاده گردید. حجم نمونه شامل ۲۳ نفر بود که به صورت کاملاً هدفمند و با در نظر گرفتن تنوع قومیتی موجود در استان خوزستان (از جمله عرب‌ها، بختیاری‌ها، شوشتری‌ها، دزفولی‌ها و بهبهانی‌ها) انتخاب شدند. پژوهشگران از نظریه‌های اجتماعی کلیدی مانند نظریهٔ نمایش حرفه‌ای گافمن، نظریهٔ انگ و انحراف اجتماعی گرهارد فالک و هاوارد بیکر، و نیز مدل لینک و فیلان برای تحلیل پدیده استفاده کردند. این چارچوب

[۱]- گروه علوم اجتماعی-جامعه شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
mohammad.nabhan@iau.ac.ir
[۲]- استادیار جمعیت شناسی و عضو هیأت علمی گروه اقتصاد جمعیت و سرمایه انسانی موسسه تحقیقات جمعیت کشور

نظری به تحلیل عمیق‌تر چرایی وقوع این پدیده در یک بستر سنتی-قبیله‌ای کمک می‌کند. یافته‌ها نشان داد که سقط جنین در این بافت اجتماعی نه تنها یک عمل پزشکی، بلکه واکنشی پیچیده به فشارهای ساختاری، فرهنگی و قبیله‌ای است. سقط جنین اغلب به‌مثابه "قتل آگاهانه" قلمداد می‌شود که فرد با علم بر قوانین و شرایط اجتماعی برای رهایی از بی‌آبرویی، طرد اجتماعی (برچسب‌زدایی) و بدگمانی، یا حتی نجات از کشته شدن (قتل ناموسی) مرتکب آن می‌شود. تم‌های اصلی استخراج شده از این پژوهش عبارتند از: «حفظ سلامت زنان با اصلاح قوانین»، «فشار ساختاری و آزادی فردی»، «سقط جنین به‌مثابه قتل آگاهانه»، نتایج تأکید می‌کند که سقط جنین می‌تواند بخشی از انگیزه‌های اولیهٔ قتل‌های ناموسی باشد و نیز سقط جنین بعد از سه ماهگی، خود در زمرهٔ قتل‌های ناموسی قرار می‌گیرد. پژوهش بر ضرورت بازنگری عمیق در قوانین و سیاست‌ها برای حمایت از حقوق و سلامت زنان در شرایط بحرانی تأکید دارد.

کلیدواژه: *سقط جنین، قتل‌ناموسی، ننگ‌شدگی، برچسب اجتماعی، استان‌خوزستان.*

۱- مقدمه و بیان مسأله

ناموس[۱] در لغت به معنای (معرب ، اِ) احکام الهی. شریعت. قانون و شریعت و احکام الهی است. (دهخدا، ۱۳۷۷، ۲۲۲۵۵) این واژه درلغت به معنای قانون است و در بسیاری از موارد نیز درگذشته، تحت همین عنوان در فهم عمومی مردم معنا می‌شد، اما امروزه آن چیزی که از این واژه دریافت می‌شود مفهومی است که با معنای غیرت یکسویه به جنس مونث مورد هدف است، گویی دختر، زن، مادر، دخترعمو و ... تحت این مفهوم به عنوان حریم مرد معرفی شده‌است. در برخی از ناهنجاری‌های اجتماعی همچون «قتل ناموسی»[۲] هنگامی که از این اصطلاح استفاده می‌شود، در ذهن چنین متبادر می‌شود که با نوعی قتل روبه‌رو هستیم که آبرو و شرافت یک مرد، یک خانواده، یا یک خاندان و قبیله‌ای خدشه‌دار شده است. اما نکته مهم و کلیدی که در ضمن چنین رخدادی کمتر به آن توجه شده، مفهوم واژگانی آن به معنای «قتل قانونی» است، قتلی که

---

۱ - Honor

۲ -Honor killing

بعضا در جامعه‌های سنتی تحت عنوان «دفاع از شرف»[۱] نیز شناخته می‌شود. واژه «قتل قانونی»[۲] یا همان «قتل ناموسی» در حقیقت صدور مجوز قتل است که به قاتل این امکان را می‌دهد که با چنین ناهنجاری اجتماعی به طور شخصی برخورد کند. فهم غیر صحیح از واژه ناموس که بر پایه «غیرت دینی» و ریشه گرفتن برخی مفاهیم با فرآیند عُرف جامعه همگام شده است، منجر به این نوع قتل‌ها با ظاهری دینی می‌شود.

عموما در کشورهای در حال توسعه و علی الخصوص جامعه‌هایی که حاکمیت جریان‌های سنتی در آن از قدرت بیشتری برخوردار است، با حساسیت‌های دینی فراوان و مفاهیم اجتماعی مستحکم‌تری چون نظام «پدرسالاری» و «مردسالاری»[۳] روبه‌رو هستیم، لذا جامعه سنتی همواره سعی می‌کند در برابر جریان توسعه جهان شبکه‌ای و جهان اطلاعاتی امروز که جامعه را به سرعت وارد فرآیند جهانی‌شدن[۴] می‌کند، مقاومت بیشتری از خود نشان دهد، از این‌رو در برابر خیلی از ناهنجاری‌های اجتماعی از کُنش متفاوت‌تری نسبت به جامعه‌های توسعه یافته و مدرن برخوردار است. رولند رابرتسون[۵] جهانی‌شدن را مفهومی می‌داند که محصول فشرده شدن جهان و تشدید آگاهی جهانی است و فرایندی است که وابستگی متقابل افزایش آگاهی مردم از کیفیت جهان به عنوان یک کلیت یکپارچه در قرن بیست و یکم را به همراه داشته‌است. (کیانی، ۱۳۸۰، ۹۷) پراتون[۶] جهانی شدن را پدیده‌ای چند وجهی تعریف کرده‌است به گونه‌ای که به بافت‌های گوناگون کنش اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، نظامی، فناوری و محیط زیست راه پیدا کرده‌است.(کیانی، ۱۳۸۰، ۹۴)

در ایران، شاید یکی از دلایل عمده کاهش تمایل به فرزندآوری، مشکلات اقتصادی باشد که تامین هزینه های فرزندان را با دشواری رو به رو سازد. اما حتی در خانواده هایی با وضعیت مناسب اقتصادی، فرزندآوری کمتری می بینیم. از دیگر سو، با گسترش چشمگیر حضور زنان در

---

۱ -Defense of honor
۲ -legal murder
۳ -Patriarchy
٤ - Globalization
٥ -Roland Robertson
٦ -Jonathan Perraton

دانشگاه ها و اشتغال آنها، و بالا رفتن سن ازدواج، از تمایل به فرزند آوری کاسته شده است. شاید این امر به طور کلی به احساس رضایت افراد از کیفیت زندگی باز می گردد. چنانکه به گفته دبیر کارگروه بهداشت و سلامت معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری، نبود حس خوشبختی عامل کاهش جمعیت است. این سخن دور از ذهن به نظر نمی رسد چرا که برای مثال پایتخت ایران، یکی از نامناسب ترین ده شهر جهان برای زندگی شناخته شده است(مختاری، ۱۳۹۴).[۱] امروزه در خیلی از جامعه‌های سنتی همچون جامعه سنتی کشورمان ایران در برابر پدیده‌های ناهنجار اجتماعی، واکنشی جدی رخ نمی‌دهد و یا حداقل شاهد نگاه مصلحت گونه‌ای در باب حفظ پایه‌های بنیادین سنت در جامعه در برابر فرآیند مدرنیته و موج جهانی‌شدن هستیم. سال‌هاست در کشور با پدیده‌ی ناهنجاری به نام قتل‌های ناموسی موجه هستیم، همواره اندیشه‌ورزان علوم اجتماعی با نگرشی خوشبینانه، کاهش چنین پدیده‌ی شومی را به واسطه گسترش آگاهی، آموزش‌های عمومی و نیز وضع برخی قوانین حمایتی پیشگیرانه، متصور بوده‌اند، اما متاسفانه با تمام تلاش‌های انجام شده همچنان شاهد وقوع چنین رخدادهایی در سطح جامعه هستیم. نکته قابل توجه در این نوع قتل‌ها، دایره وسیع دسترسی قاتل به قربانی است، به گونه‌ای که قربانی در هیچ کجا از این کره‌خاکی نمی‌تواند از سایه قتلی که همواره در کمین اوست بگریزد. از سوی دیگر به قربانی نیز این فرصت داده نمی‌شود تا در یک دادگاه، در طول دعوای حقوقی و یا حتی در یک بستر امن جهت گفتگو برای شرح حادثه و یا دفاع از عملکرد خود به واسطه گمانه‌زنی‌ها (از سوی قاتل یا خانواده مدعی) و یا حتی ادله‌های عینی و سندی که علیه اوست، در خواست محاکمه منصفانه داشته باشد.

در حقیقت با یک پدیده‌ی دردناک اجتماعی رو به رو هستیم که با مجموعه‌ای از پیش‌فرض‌های قبلی و تنها با یک راه‌حل قطعی مفروض شده از سوی قاتل و مؤیدین وی، می‌توان خدشه‌دار شدن شرف یک خانواده را نجات داد. و آن آخرین راه حل، همان حکم قطعی قتل است. تا زمانی که قربانی پیش از مرگ این امکان را داشته باشد که سال‌ها از اجرای چنین حکم

---

[۱]-دفتر واحد اطلاعات اقتصادی(EIU) نقل در شبکه‌خبر ۹۴/۵/۲۹

نانوشته‌ای علیه خود، موقتا گریزان باشد، در این صورت شرف آن خانواده نیز طبق نظرگاه فرهنگ عامه در آن جامعه سنتی، همچنان لکه‌دار خواهد ماند.

پژوهشی در آلمان توسط موسسه ماکس بلانک[۱] در مورد تعداد قتل‌های ناموسی در سال ۲۰۱۱ انجام شده است، از سال ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۵ بر اساس پرونده‌های آزمایشات و گزارش‌های رسانه‌ای، ۷۸ قتل درآلمان وجود داشت که مورد تحقیق قرار گرفتند و بعضاً تشخیص برخی از آن‌ها در خصوص نوع و منشاء قتل بسیار دشوار بود، که این موارد قتل در چه زمینه‌ای و به چه علت رخ داده است. نتیجه نشان داد که ۴۳٪ از قربانیان مرد هستند (الحلوة، ۲۰۱۸) از این رو گستره این نوع قتل‌ها به یک جنسیت معین تعلق ندارد. لذا این امر سبب شد، ضمن آن که توجه ما به سوی انگیزه این نوع قتل‌ها معطوف شد، موارد دیگری را که می‌تواند در زیرشاخه این نوع قتل‌ها دستبندی کرد را به طور جدی مورد بررسی قرار دهیم، بر اساس برآورد سازمان جهانی بهداشت سالانه ۲۰۰۰۰۰ زن جان خود را به دلیل عوارض ناشی از سقط عمدی غیرقانونی از دست میدهند که ۹۹٪ این موارد در کشورهای در حال توسعه است (اختری، ۱۳۹۵) به گفته دبیر مرکز مطالعات راهبردی جمعیت، از حدود ۹۴ تا ۹۵ درصد سقط غیرقانونی ۳ تا ۴ درصد ناشی از روابط نامشروع و خارج از عرف و خانواده است[۲] اما ۹۱ تا ۹۲ درصد سقط جنین‌ها محصول نهاد خانواده مشروع استسقط عمدی یا جنایی نزدیک به یک سوم کل سقط‌ها را تشکیل؛ یعنی ما در سال حدود ۵۳۰ هزار سقط عمدی داریم.[۳]

پدیده سقط‌جنین ناشی از قتل‌های‌ناموسی به عنوان یکی از جنبه‌های آسیب‌زای خشونت علیه زنان، از دیرباز در جوامع سنتی و به‌ویژه در مناطق با ساختارهای اجتماعی بسته‌تر مانند استان خوزستان مطرح بوده است. در این مناطق، مسائل مرتبط با حیثیت و ناموس خانوادگی از ارزش‌های بنیادی محسوب می‌شود و در بسیاری از موارد، حتی جان انسان‌ها قربانی حفظ این ارزش‌ها می‌شود. نگرش‌های جمعیت‌شناختی در این زمینه می‌تواند به تحلیل‌های جامع‌تری از این پدیده کمک کند. بر اساس تحقیقات، سقط‌جنین ناشی از قتل‌های ناموسی نه تنها به خاطر

---

[۱]- Max Planck Society

[۲]- گزارش خبرآنلاین " آمار سقط جنین در کشور؛ چند درصد غیرقانونی و نامشروع است؟ "، ۳۱ اردیبهشت ۱۴۰۲ - ۱۲:۱۹

[۳]گزارش فارس "آمار تکان‌دهنده از سقط جنین در ایران/ وقوع ۵۳۰ هزار سقط عمدی در سال"، ۰۷:۱۱ ۱۴۰۱-۲-۲۸

باورهای سنتی و فرهنگی، بلکه به دلیل فشارهای اجتماعی و ساختاری که بر زنان اعمال می‌شود، رخ می‌دهد. در استان خوزستان که تنوع قومی و فرهنگی بالاست، بررسی این پدیده از منظر جمعیت‌شناختی، تفاوت‌ها و تشابهات در نگرش‌ها و رفتارها را روشن‌تر می‌سازد.

جمعیت‌شناسی این مسئله نشان می‌دهد که زنان در سنین مختلف، از اقوام مختلف و با زمینه‌های اجتماعی و اقتصادی متنوع، ممکن است تحت تاثیر این خشونت‌ها قرار گیرند. در برخی از فرهنگ‌ها، مرز میان حیثیت خانوادگی و جسم زن بسیار ظریف‌تر است و در این شرایط، سقط‌جنین نه تنها به عنوان اقدامی قانونی یا پزشکی، بلکه به عنوان عملی در راستای حفظ یا بازگرداندن حیثیت خانواده تلقی می‌شود.

سقط‌جنین[۱] (آبگانه یا آفگانه در فارسی) به معنی از دست رفتن محصول حاملگی (جنین یا رویان) قبل از هفته ۲۰ بارداری است ولی پزشکان بیشتر از این اصطلاحات برای توصیف هر گونه پایان حاملگی در سه‌ماهه اول بارداری استفاده می‌کنند. سقط جنین، به معنای پایان یافتن بارداری در هر مرحله‌ای است که زندگی نوزاد در جریان است، اگرچه غالباً به لحاظ فنی و تخصصی، خاتمه یافتن بارداری به واسطه جراحی یا خارج کردن جنین یا رویان از رحم (قبل از آنکه قادر به ادامه حیات باشد) را سقط جنین می‌گویند. مرگ جنین اگر به صورت خود به خود رخ دهد به آن سقط خودبه‌خودی (ناخواسته) گفته می‌شود.(کلچیسکی، ۲۰۱۴)[۲] دلایلی که چرا زنان سقط جنین می کنند متنوع است و در سراسر جهان متفاوت است. برخی از دلایل عبارتند از سلامت مادر، ناتوانی در تامین مالی فرزند ، خشونت خانگی ، عدم حمایت، احساس جوان بودن، تمایل به تکمیل تحصیلات یا پیشرفت شغلی، و عدم توانایی یا تمایل به این که فرزندی را بزرگ کنید که در نتیجه تجاوز جنسی یا زنا، رابطه نامشروع قرار است به آمده بیاید. خیلی جوان بودن یا ترس از اینکه والدین یا دیگران به بارداری اعتراض کنند، یک دلیل دیگر نسبتاً رایج برای سقط جنین است. در ۱۰ کشور، بیش از ۱۰ درصد از زنان این دلیل را به عنوان دلیل اصلی خود

---

[۱] -Abortion

[۲]- Kulczycki A. ۲۰۱۴

بیان کردند.(بانکوله و همکاران، ۲۰۰۶)[۱] اما درخصوص قتل‌ناموسی از نوع سقط جنین، تنها آن دسته‌ای از سقط جنین‌هایی را شامل می‌شود که خانم باردارخود و یا به وسیله اشخاص دیگر، قربانی (جنین) را به سبب احتمال برچسب خوردگی یا انگ‌شدگی که ممکن است در نهایت سبب بی‌آبرویی و ننگ‌شدگی‌شان را فراهم آورد، سقط می‌کنند. عموماً این بی‌آبرویی به سبب ارتباط جنسی نامشروع و یا ارتباط جنسی خارج از عُرف و هنجارهای جامعه رخ می‌دهد که منجر به وجود آمدن جنین در شکم مادر می‌شود. در این صورت است که با از میان رفتن جنین این بی‌آبرویی و لکه ننگ شسته خواهد شد و یا به عبارت صحیح تر از بین می‌رود و آن شخص، آن گروه و یا آن خانواده و جامعه دیگر لکه ننگی را باخود به همراه ندارند. لذا آن چیزی که در گام اول در این پژوهش اهمیت دارد، این است که بدانیم چگونه یک فرد (زن) به این اقناع می‌رسد که مرتکب قتل‌ناموسی شود؟ به طور مشخص چه عواملی سبب می‌شود که این نوع قتل‌ها عموماً مسکوته می‌ماند و به نوعی فرد (زن) به این نوع قتل اقناع، و برای وی توجیه‌پذیر می‌شود؟

۲- پیشینه‌های پژوهش

در مطالعات داخلی جدید، شواهد تجربی فزاینده‌ای نشان می‌دهد که تصمیم درباره سقط جنین در ایران را نمی‌توان صرفاً در قالب ترجیح فردی یا یک تصمیم پزشکی تبیین کرد، بلکه این تصمیم درون شبکه‌ای از هنجارهای اجتماعی، فشارهای اقتصادی، روابط خانوادگی، باورهای دینی، انگ اجتماعی و محدودیت‌های ساختاری شکل می‌گیرد. اسکّندری، کرامت و شجاعی‌باغینی (۲۰۲۵) در یک مطالعه فراتحلیلی کیفی با تلفیق ۲۲ پژوهش کیفی درباره تجربه زنان ایرانی از بارداری ناخواسته و سقط القایی نشان دادند که «مواجهه با بارداری ناخواسته» و «فرایند تصمیم‌گیری» تحت تأثیر هنجارهای اجتماعی و دینی، شرم و انگ، فشار اقتصادی، تعارض‌های روانی-اجتماعی و میزان دسترسی به خدمات سلامت قرار دارد. یافته‌های این مطالعه به‌ویژه بیانگر آن است که بارداری‌های مغایر با هنجارهای مسلط اجتماعی می‌توانند احساس شرم، ترس از قضاوت، طرد اجتماعی و پنهان‌کاری را تشدید کرده و برخی زنان را به سوی

---

[۱] -Bankole A, Singh S, Haas T

سقط مخفیانه سوق دهند.(Eskandari et al., ۲۰۲۵) از منظر نظری، این یافته‌ها مؤید آن است که انگ اجتماعی صرفاً یک واکنش ذهنی یا نگرشی نیست، بلکه می‌تواند به سازوکاری برای محدودکردن عاملیت، سازمان‌دهی رفتار باروری و مدیریت خطر اجتماعی تبدیل شود.

در مطالعه‌ای دیگر، غضنفری، معینی و پژهان (۲۰۲۶) با استفاده از روش نظریه زمینه‌ای و مصاحبه با ۳۳ زن ساکن تهران، نشان دادند که تصمیم به سقط در پیوند با ناکارآمدی خانواده، تحول هنجارهای سنتی، کنترل اجتماعی بدن و باروری زنان، مشکلات اقتصادی، ناپایداری روابط زناشویی، شبکه‌های اجتماعی و تغییر نقش‌های جنسیتی شکل می‌گیرد. مقوله مرکزی یکی از الگوهای استخراج‌شده، «خودمختاری باروری در غیاب روابط اجتماعی مشروع» بود و در الگوی دیگری، «بازتعریف نقش‌های زنانه در واکنش به محدودیت‌های زناشویی و اجتماعی» به‌عنوان مقوله مرکزی شناسایی شد .(Ghazanfari et al., ۲۰۲۶) از این منظر، حتی سقطی که در سطح توصیفی «انتخابی» به نظر می‌رسد، می‌تواند در میدان پیچیده‌ای از کنترل اجتماعی، ساختار خانواده، مشروعیت هنجاری و محدودیت‌های اقتصادی و اجتماعی شکل گرفته باشد؛ بنابراین، دوگانه ساده «اختیار/اجبار» برای فهم جامعه‌شناختی رفتار باروری کفایت نمی‌کند.

در عرصه مطالعات خارجی، فاستر، باک و گول (۲۰۲۶) به‌طور مستقیم رابطه فرهنگ ناموس و انگ سقط جنین را بررسی کردند. نتایج نشان داد که تأیید بیشتر هنجارهای ناموسی زنانه با افزایش انگ مرتبط با سقط، افزایش تمایل به پنهان‌کردن سقط از طریق شرم و انگ مورد انتظار، و کاهش حمایت از زنان دریافت‌کننده خدمات سقط همراه است. همچنین، در سناریوهای مختلف بارداری، از جمله بارداری ناشی از تجاوز یا مشکلات رابطه‌ای، هنجارهای ناموسی با نگرش‌های منفی‌تر نسبت به سقط و زنان سقط‌کننده همراه بود .(Foster et al., ۲۰۲۶)

اهمیت این یافته برای پژوهش حاضر در آن است که حلقه نظری میان «هنجار ناموسی»، «انگ اجتماعی»، «شرم»، «پنهان‌کاری» و «کنترل رفتار باروری» را به‌صورت تجربی تقویت می‌کند و نشان می‌دهد که فرهنگ ناموس می‌تواند نه فقط یک زمینه توصیفی، بلکه سازوکاری فعال در شکل‌دهی به نگرش‌ها و کنش‌های باروری باشد.

از سوی دیگر، فوتمن (۲۰۲۵) با تمرکز بر «انگ ساختاری سقط» در نظام سلامت انگلستان و ولز نشان داد که تولید انگ به سطح نگرش‌های فردی محدود نیست و می‌تواند از طریق ترتیبات

نهادی، فرایندهای تصمیم‌گیری، اعتراض وجدانی، طرد و تفکیک خدمات و سایر سازوکارهای قدرت بازتولید شود. از نظر این مطالعه، فشار ساختاری بر خدمات سقط می‌تواند دسترسی به مراقبت فردمحور را تضعیف و متقابلاً انگ فردی را نیز تشدید کند (Footman, ۲۰۲۵). این یافته با مدل لینک و فیالن سازگاری نظری دارد، زیرا نشان می‌دهد که انگ زمانی به پیامدهای واقعی و پایدار تبدیل می‌شود که با قدرت، نابرابری منزلتی، طرد و تبعیض پیوند بخورد.

۲-۱- جمع‌بندی پیشینه‌ها و خلأ پژوهشی

مرور این مطالعات نشان می‌دهد که ادبیات جدید، سقط جنین را نه به‌مثابه تصمیمی منفرد و صرفاً پزشکی، بلکه به‌عنوان کنشی زمینه‌مند و چندسطحی بررسی می‌کند؛ کنشی که در آن هنجارهای فرهنگی، روابط خانوادگی، فشار اقتصادی، انگ اجتماعی، قانون، ساختار خدمات سلامت و مناسبات قدرت به‌صورت متقاطع بر دامنه عاملیت اثر می‌گذارند. بااین‌حال، در این ادبیات هنوز خلأ مهمی وجود دارد: نخست، بخش عمده مطالعات بر «سقط جنین» یا «انگ سقط» تمرکز دارند و به‌طور مستقیم فرایند تبدیل بارداری ناخواسته به مسئله حیثیت/ناموس و سپس پیوند آن با خطر خشونت و قتل ناموسی را بررسی نکرده‌اند؛ دوم، کمتر به این پرسش پرداخته شده است که چگونه یک کنش باروری در شرایط تهدید می‌تواند از «انتخاب» به «راهبرد مدیریت خطر و بقا» تبدیل شود؛ و سوم، شواهد عمیق و بسترگرا درباره این سازوکار در محیط‌های قومی-خویشاوندی استان خوزستان محدود است. بنابراین، شکاف اصلی پژوهش حاضر نه صرفاً کمبود مطالعه درباره سقط، بلکه فقدان تبیین جامعه‌شناختی سازوکار پیوند میان هنجار ناموسی، انگ، کنترل اجتماعی، عاملیت محدودشده و احتمال خشونت است.

۳- زمینه جمعیت‌شناختی، حقوقی و سیاستی سقط جنین در ایران

سیاست‌گذاری در حوزه باروری و سقط جنین در ایران را نمی‌توان مستقل از تحولات جمعیت‌شناختی، ملاحظات سیاست جمعیتی، هنجارهای دینی و ساختار حقوقی حاکم بر تنظیم باروری تحلیل کرد. سیاست جمعیتی جمهوری اسلامی ایران در دهه‌های اخیر دستخوش تغییرات محسوسی شده است؛ به‌گونه‌ای که از سیاست‌های کاهش باروری در دهه‌های پیشین به سمت سیاست‌های افزایش باروری و جوان‌سازی جمعیت حرکت کرده است. مطالعات اخیر نشان می‌دهند که این چرخش سیاستی، به‌ویژه پس از سال ۲۰۰۵ و با تشدید آن در قالب «قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت» مصوب ۲۰۲۱/۱۴۰۰، با محدودتر شدن دسترسی به برخی

خدمات تنظیم خانواده، غربالگری‌های پیش از تولد و سقط جنین همراه شده است (Aramesh, ۲۰۲٤; Shirdel et al., ۲۰۲۴). از این منظر، سقط جنین در ایران صرفاً یک مسئله بالینی یا تصمیم فردی نیست، بلکه در تقاطع سیاست جمعیتی، حکمرانی بدن، خانواده، جنسیت و الزامات جمعیتی دولت قرار می‌گیرد. در نتیجه، فهم رفتارهای مربوط به سقط جنین مستلزم توجه هم‌زمان به سطح فردی تصمیم‌گیری و سطح کلان سیاست‌ها و نهادهایی است که دامنه انتخاب‌های باروری را شکل می‌دهند.

از منظر حقوقی، چارچوب تنظیم سقط جنین در ایران طی چند دهه چندین بار دستخوش بازتعریف شده است. قانون «سقط درمانی»[۱] مصوب ۲۰۰۵/۱۳۸۴، سقط را در شرایط مشخص پزشکی و پیش از ولوج روح، با تشخیص سه پزشک متخصص و تأیید سازمان پزشکی قانونی و با رضایت زن، در مواردی مانند بیماری شدید جنین یا تهدید جدی سلامت یا جان مادر مجاز می‌دانست. این قانون در ادبیات حقوق پزشکی ایران به‌عنوان تلاشی برای ایجاد مسیر قانونی و کنترل سقط‌های غیرایمن و غیرقانونی تفسیر شده است (Larijani & Zahedi, ۲۰۰۶; Larijani et al., ۲۰۰۸). با این حال، قانون «حمایت از خانواده و جوانی جمعیت» مصوب ۲۰۲۱/۱۴۰۰ چارچوب جدید و محدودکننده‌تری ایجاد کرد و ماده ۵۶ آن سقط جنین را اصولاً ممنوع و مشمول ضمانت‌های کیفری دانست، در حالی که برای موارد استثنایی، سازوکار مشخصی برای بررسی و ارجاع درخواست به کمیسیون‌های سقط قانونی پیش‌بینی کرد. دستورالعمل اجرایی ماده ۵۶ نیز در سال ۱۴۰۲ برای ایجاد رویه واحد در کمیسیون‌های سقط

---

[۱] -به موجب ماده ۷۳ قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت، مصوب ۲۴/۷/۱۴۰۰ نسخ شده است. ماده واحده – سقط درمانی با تشخیص قطعی سه پزشک متخصص و تأیید پزشکی قانونی مبنی بر بیماری جنین که به علت عقب افتادگی یا ناقص‌الخلقه بودن موجب حرج مادر است و یا بیماری مادر که با تهدید جانی مادر توأم باشد قبل از ولوج روح (چهار ماه) با رضایت زن مجاز میباشد و مجازات و مسؤولیتی متوجه پزشک مباشر نخواهد بود. متخلفین از اجرای مفاد این قانون به مجازاتهای مقرر در قانون مجازات اسلامی محکوم خواهند شد. قانون فوق مشتمل بر ماده واحده در جلسه علنی روز سه‌شنبه مورخ دهم خرداد ماه یکهزار و سیصد و هشتاد و چهار مجلس شورای اسلامی تصویب و در تاریخ ۲۵/۳/۱۳۸۴ به تأیید شورای نگهبان رسید.

قانونی ابلاغ شد. بنابراین، چارچوب حقوقی موجود را باید نه به‌عنوان ممنوعیت مطلق و نه به‌عنوان دسترسی آزاد، بلکه به‌مثابه یک نظام مجوزمحور، استثناگرا و به‌شدت تنظیم‌شده فهم کرد که در آن دسترسی قانونی به سقط تحت مجموعه‌ای از شرایط پزشکی، اداری و نهادی قرار دارد (Islamic Republic of Iran Parliament, ۲۰۰۵, ۲۰۲۱; Legal Medicine Organization-related regulations, ۲۰۲۳). در این چارچوب، سیاست‌های جمعیتی صرفاً از طریق ممنوعیت یا مجازات سقط عمل نمی‌کنند، بلکه از طریق بازتنظیم دسترسی به خدمات پیشگیری از بارداری، غربالگری، مشاوره و مراقبت‌های باروری نیز بر کنش‌های تولیدمثلی اثر می‌گذارند. مرور نظام‌مند شردل، اسدی‌سروستانی و کارگر حامی نشان می‌دهد که پس از چرخش سیاستی به سوی سیاست‌های جمعیتی فرزندمحور، محدودیت‌هایی در دسترسی به برخی خدمات تنظیم خانواده و غربالگری پیش از تولد ایجاد شده و هم‌زمان مقررات سقط سخت‌گیرانه‌تر شده است؛ نویسندگان استدلال می‌کنند که چنین محدودیت‌هایی می‌تواند پیامدهای ناخواسته‌ای برای الگوهای سقط داشته باشد.(Shirdel et al., ۲۰۲۴) همچنین، یک مطالعه کیفی جدید در ایران نشان داده است که پس از تغییرات سیاستی اخیر، عوامل اقتصادی، ناپایداری روابط زناشویی، ملاحظات مربوط به سلامت و باروری و عوامل فرهنگی در تجربه سقط‌های ناایمن نقش مهمی دارند.(Haseli et al., ۲۰۲۴) بنابراین، رابطه میان سیاست جمعیتی و سقط جنین را نباید به‌صورت خطی و ساده و با این فرض که محدودیت بیشتر الزاماً به کاهش سقط منجر می‌شود تفسیر کرد؛ بلکه باید آن را رابطه‌ای پیچیده میان مقررات رسمی، دسترسی واقعی، شرایط اقتصادی-اجتماعی و راهبردهای کنشی افراد دانست.

از منظر جامعه‌شناختی، اهمیت این مسئله در آن است که قانون و سیاست می‌توانند نه‌تنها رفتار باروری، بلکه ساختار فرصت‌ها و محدودیت‌های کنشگران را نیز سازمان دهند. ادبیات معاصر سیاست‌گذاری سقط جنین، تنظیم حقوقی را نوعی مداخله ساختاری می‌داند که از طریق تعیین شرایط قانونی، محدودیت‌های زمانی، الزامات ارجاع و سازوکارهای اخذ مجوز، هزینه‌ها و ریسک‌های دسترسی را در میان گروه‌های اجتماعی مختلف توزیع می‌کند.(Erdman, ۲۰۲۳) در شرایطی که بارداری ناخواسته در یک محیط اجتماعیِ مبتنی بر هنجارهای ناموسی و انگ اجتماعی رخ می‌دهد، چنین تنظیم‌گری‌هایی می‌تواند با فشارهای درون‌خانوادگی و فرهنگی تلاقی پیدا کند و دامنه عاملیت فرد را بیش از پیش محدود سازد. بر این اساس، تصمیم به سقط

ممکن است نه صرفاً بیانگر ترجیح فردی، بلکه حاصل مواجهه فرد با مجموعه‌ای از محدودیت‌های هم‌زمان حقوقی، اقتصادی، خانوادگی و فرهنگی باشد. این استدلال با مبنای نظری پژوهش حاضر سازگار است که در آن فشار ساختاری، انگ اجتماعی و مناسبات قدرت به‌عنوان سازوکارهای زمینه‌ساز کنش در شرایط بحرانی صورت‌بندی شده‌اند.

از سوی دیگر، نسبت میان سیاست رسمی و تجربه زیسته زنان را نمی‌توان بدون در نظر گرفتن مسئله انگ و پنهان‌کاری فهم کرد. سازمان جهانی بهداشت تأکید می‌کند که موانع قانونی و سیاستی، هزینه، انگ اجتماعی و الزامات اداری می‌توانند دسترسی به مراقبت سقط ایمن و به‌موقع را دشوار کنند و در برخی شرایط افراد را به سوی روش‌های ناایمن سوق دهند (World Health Organization [WHO], ۲۰۲۵). در مورد ایران نیز شواهد کیفی جدید نشان می‌دهد که محدودیت دسترسی، همراه با عوامل اقتصادی و فرهنگی، می‌تواند زنان را به سمت سقط‌های خارج از چارچوب رسمی سوق دهد (Haseli et al., ۲۰۲۴). این مسئله در بستر پژوهش حاضر اهمیت مضاعف دارد؛ زیرا در جامعه‌ای که بارداری خارج از هنجارهای پذیرفته‌شده می‌تواند با ننگ، طرد، بدگمانی و حتی تهدید خشونت همراه شود، پنهان‌سازی بارداری یا سقط ممکن است به‌عنوان یک راهبرد مدیریت ننگ و کاهش خطر درک شود. در چنین شرایطی، سیاست حقوقی و ساختار اجتماعی از یکدیگر منفک نیستند، بلکه در شکل‌دهی به میدان کنش زنان به‌طور متقابل عمل می‌کنند.

بر این مبنا، زمینه سیاستی سقط جنین در ایران برای پژوهش حاضر نه یک متغیر مستقل و منفصل، بلکه بخشی از ساختار زمینه‌ای تولیدکننده یا تشدیدکننده فشار اجتماعی و محدودیت عاملیت تلقی می‌شود. سیاست‌های جمعیتی، مقررات حقوقی، هنجارهای دینی و فرهنگی و سازوکارهای نهادی، محیطی را ایجاد می‌کنند که در آن معنا و پیامدهای تصمیم درباره بارداری به‌شدت وابسته به موقعیت اجتماعی فرد است. در این محیط، کنش سقط ممکن است هم‌زمان از یک سو به‌عنوان تخطی از نظم هنجاری و از سوی دیگر به‌عنوان راهبردی برای مدیریت ننگ، حفظ حیثیت، اجتناب از طرد یا کاهش خطر خشونت تجربه شود. ازاین‌رو، صورت‌بندی نظری پژوهش حاضر سقط جنین را نه به‌عنوان کنشی ذاتاً فردی یا صرفاً پزشکی، بلکه به‌عنوان کنشی زمینه‌مند، رابطه‌ای و محدودشده از حیث ساختاری تحلیل می‌کند؛ کنشی که پیامدهای آن در

نقطه تلاقی سیاست جمعیتی، قانون، قدرت خانوادگی، انگ اجتماعی و هنجارهای ناموسی شکل می‌گیرد. این زمینه سیاستی و حقوقی نشان می‌دهد که تصمیم باروری در ایران درون میدانی از مقررات، دسترسی نهادی، هنجارهای فرهنگی و محدودیت‌های اجتماعی شکل می‌گیرد؛ ازاین‌رو، برای فهم سقط در بستر خشونت ناموسی، بررسی هم‌زمان سطح فردی کنش و سطح ساختاری محدودیت‌ها ضروری است.

٤- ضرورت و اهمیت پژوهش

بررسی جمعیت‌شناختی سقط‌جنین ناشی از قتل‌های‌ناموسی، علاوه بر اهمیت در حوزه مطالعات جمعیتی، از جنبه‌های حقوق بشری و عدالت اجتماعی نیز حیاتی است. خشونت علیه زنان در قالب قتل‌های‌ناموسی و سقط‌جنین‌های اجباری، یکی از مصادیق بارز نقض حقوق زنان به شمار می‌آید و سلامت جسمی و روانی آنان را به شدت تحت تاثیر قرار می‌دهد. پژوهش‌های صورت‌گرفته نشان داده‌اند که قتل‌های‌ناموسی و سقط‌جنین‌های مرتبط با آن، بیشترین تاثیرات منفی را بر زنان جوان و اقشار محروم جامعه داشته‌اند (مکی، ۲۰۲۰). این مسئله در مناطقی مانند خوزستان که ترکیب جمعیتی متنوعی دارد، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند؛ چرا که باورها و هنجارهای فرهنگی در گروه‌های قومی مختلف متفاوت بوده و ممکن است شدت و نحوه اعمال خشونت علیه زنان نیز متفاوت باشد. از این‌رو، پژوهش‌های جمعیت‌شناختی می‌توانند به شناخت دقیق‌تر این تفاوت‌ها و تدوین سیاست‌های مؤثرتر برای پیشگیری از چنین خشونت‌هایی کمک کنند.

پژوهش در این حوزه همچنین می‌تواند به اصلاح و تدوین قوانین مرتبط با قتل‌های‌ناموسی و سقط‌جنین کمک کند. بسیاری از قوانین موجود در جوامعی که با این مسائل درگیر هستند، نتوانسته‌اند به شکلی کارآمد از زنان حمایت کنند و به حقوق آنها توجه نمایند (گابریل و همکاران، ۲۰۱۹). این ضرورت به ویژه در مناطقی که خشونت علیه زنان بر پایه هنجارهای ناموسی و فرهنگی استوار است، بیشتر احساس می‌شود. پژوهش‌های جمعیت‌شناختی که به بررسی عوامل اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی موثر بر سقط‌جنین ناشی از قتل‌های‌ناموسی می‌پردازند، می‌توانند داده‌های لازم را برای اصلاح سیاست‌های عمومی و تدوین استراتژی‌های حمایتی برای زنان فراهم آورند و در نهایت به بهبود وضعیت زنان و کاهش خشونت‌های خانوادگی منجر شوند.

از سویی دیگر نگاهی جامعه‌شناختی به قتل‌های ناموسی این امکان را به ما می‌دهد تا بتوانیم با بررسی ابعاد مختلف این پدیده تلخ اجتماعی شناخت دقیق‌تری از آسیب‌های ناشی از آن، در سطوح مختلف جامعه داشته باشیم. در فرازی دیگر پرداختن به موضوع قتل‌های ناموسی در عین گستردگی و پراکندگی موضوع، خود به عنوان یک محور متمرکز برای یافتن چرایی به وجود آمدن چنین پدیده ناهنجاری، عملاً ما را به یک محدودیت ناخواسته و تمرکز بر حوزه چرایی این مسأله وا می دارد. و نیز این چرایی می‌تواند پاسخ چرایی‌هایی را که در بسترهای متفاوت (مناطق، اقلیم‌ها و کشورهای دیگر) با شاخص‌های مشترکی همچون برداشت ویژه از انگیزه‌ها، زیست جهان قاتلین و قربانیان، نوع و شکل ویژه روابط اجتماعی جامعه و .. پدیدار می‌شوند. لذا در این جهت فهم صحیح مسأله، سپس پیشگیری، کنترل، کاهش و نهایتا زایل کردن این پدیده ناهنجار به واسطه شناخت دقیق موضوع و ابعاد آن بسیار الزامی است.

۵- مبانی نظری و چارچوب مفهومی پژوهش

برای تبیین سقط جنین در بستر خشونت و قتل‌های ناموسی، رویکردی چندسطحی و سازوکارمحور اتخاذ می‌شود؛ زیرا این کنش را نمی‌توان به تصمیمی صرفاً فردی، پزشکی یا زیستی فروکاست. شواهد پژوهش نشان می‌دهد که تصمیم درباره بارداری و سقط در تقاطع هنجارهای ناموسی، ساختار قدرت، مناسبات مردسالارانه، پیوندهای خویشاوندی، انگ اجتماعی و محدودیت‌های ساختاری شکل می‌گیرد. بنابراین، چارچوب نظری پژوهش بر تبیین فرایندی رابطه میان هنجار ناموسی، تولید انگ، فشار ساختاری، محدودشدن عاملیت و راهبردهای مدیریت خطر استوار است.

نخست، نظریه انگ گافمن نقطه عزیمت تحلیل است. از این منظر، «نامشروع» یا «منحرف» بودن یک وضعیت ذاتاً موجود در فرد نیست، بلکه در تعاملات اجتماعی و بر اساس انتظارات هنجاری تولید می‌شود. انگ می‌تواند به شکل «هویت فاسد» تجربه شود و فرد را به مدیریت، پنهان‌سازی یا پوشاندن ویژگی انگ‌خورده سوق دهد.(Goffman, ۱۹۶۳) در بستر مورد مطالعه، بارداری ناسازگار با هنجارهای مسلط می‌تواند به منبع ننگ خانوادگی و تهدید حیثیت تبدیل شود و در نتیجه، پنهان‌کاری، انکار یا سقط به راهبردهایی برای کنترل پیامدهای اجتماعی انگ بدل شوند.

در سطح دوم، نظریه برچسب‌زنی بکر و صورت‌بندی فالک از انگ و انحراف، فرایند اجتماعی

تولید «دیگری» را توضیح می‌دهد. بر اساس این رویکرد، انحراف بیش از آنکه ویژگی ذاتی یک کنش باشد، پیامد اعمال هنجارها، برچسب‌ها و سازوکارهای اجتماعی بر افراد است (Becker, ۱۹۶۳; Falk, ۲۰۰۱). در این چارچوب، بارداری خارج از نظم هنجاری می‌تواند فرد را از موقعیت «خودی» به «دیگری» منتقل کند و پیامدهایی چون بدگمانی، طرد، کاهش منزلت و محدودشدن فرصت‌های کنشی را در پی داشته باشد. ازاین‌رو، سقط را می‌توان نه صرفاً واکنش به خود بارداری، بلکه واکنش به معنای اجتماعی بارداری و هزینه اجتماعیِ برچسب‌خوردگی تلقی کرد.

مدل لینک و فیالن این استدلال را از سطح تعاملات روزمره به سطح قدرت اجتماعی ارتقا می‌دهد. در این مدل، انگ هنگامی به پیامدهای عینی تبدیل می‌شود که برچسب‌زنی، کلیشه‌سازی، جداسازی اجتماعی، از دست دادن منزلت و تبعیض در بستر نابرابری قدرت به یکدیگر متصل شوند (Link & Phelan, ۲۰۰۱). مزیت این رویکرد برای پژوهش حاضر آن است که انگ را از یک نگرش فردی به سازوکاری اجتماعی برای تولید نابرابری و محدودسازی فرصت‌های کنش تبدیل می‌کند. در نتیجه، فشار ناموسی زمانی اثر تعیین‌کننده‌تری می‌یابد که با قدرت خانوادگی، طرد اجتماعی و دسترسی نابرابر به منابع و حمایت‌های رسمی و غیررسمی پیوند بخورد.

در سطح ساختاری، نظریه فشار مرتن امکان توضیح شرایطی را فراهم می‌کند که در آن اهداف و انتظارات هنجاری با امکانات واقعی کنشگران ناسازگار می‌شوند و فشار حاصل، افراد را به جست‌وجوی راه‌حل‌های جایگزین سوق می‌دهد (Merton, ۱۹۳۸, ۱۹۶۸). در زمینه پژوهش، فشار اقتصادی، محدودیت‌های حقوقی و نهادی، وابستگی خانوادگی و الزامات فرهنگی می‌توانند دامنه گزینه‌های در دسترس زنان را محدود کنند. بنابراین، تصمیم به سقط را باید درون «میدان محدودشده انتخاب» فهم کرد؛ میدانی که در آن آنچه در ظاهر انتخاب فردی به نظر می‌رسد، ممکن است حاصل مواجهه با مجموعه‌ای از گزینه‌های نامطلوب و نابرابر باشد.

در سطح زمینه‌ای، مفهوم عصبیت ابن‌خلدون برای فهم نقش پیوندهای خویشاوندی و اولویت انسجام گروهی و حیثیت جمعی اهمیت دارد. عصبیت در این پژوهش نه به‌عنوان توضیحی ذات‌گرایانه درباره گروه‌های قومی، بلکه به‌عنوان مفهومی تحلیلی برای فهم سازوکار همبستگی خویشاوندی، دفاع از منزلت جمعی و ترجیح منافع گروه بر فرد به کار گرفته می‌شود. اهمیت این

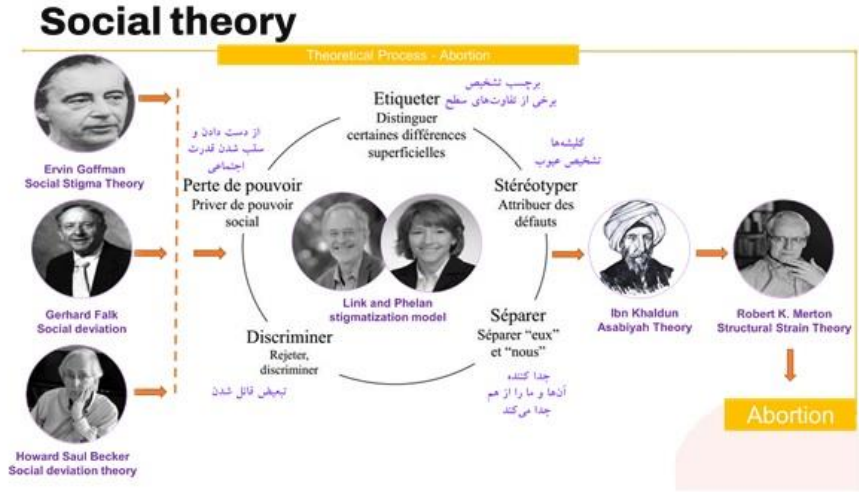
سطح از تحلیل در بستر خوزستان از آن جهت است که ساختارهای خانوادگی و خویشاوندی می‌توانند در تعریف هنجارها، توزیع قدرت، کنترل رفتار و تعیین حدود پذیرش یا طرد اجتماعی نقش ایفا کنند. در حقیقت در این حالت عصبیت در سطح زمینه‌ای، مکمل تحلیل انگ و فشار ساختاری قرار داده می‌شود.

۱-۵- الگوی نظری تبیین سقط جنین در بستر خشونت ناموسی

الگوی نظری پژوهش بر این فرض استوار است که سقط جنین در بستر خشونت ناموسی را نمی‌توان صرفاً تصمیمی فردی یا پزشکی تلقی کرد، بلکه باید آن را در پیوند با هنجارهای ناموسی، مناسبات مردسالارانه، پیوندهای خویشاوندی و ساختار قدرت تحلیل کرد. در این چارچوب، نظریه گافمن فرایند شکل‌گیری و مدیریت انگ و هویت فاسد را تبیین می‌کند؛ مدل لینک و فیلان، چگونگی تبدیل تفاوت و برچسب به کلیشه، طرد و تبعیض را در بستر قدرت توضیح می‌دهد؛ و نظریه فشار ساختاری نشان می‌دهد که چگونه محدودیت‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی دامنه انتخاب و عاملیت فرد را کاهش می‌دهند. همچنین، مفهوم عصبیت ابن‌خلدون می‌تواند در سطح زمینه‌ای، نقش پیوندهای خویشاوندی و اولویت انسجام گروهی و حیثیت جمعی را در شکل‌دهی به واکنش‌ها روشن سازد. بدین‌ترتیب، سقط جنین در داده‌های پژوهش می‌تواند حاصل برهم‌کنش میان انگ اجتماعی، فشار ساختاری و عاملیت محدودشده باشد، نه یک کنش منفرد و مستقل .

بر مبنای این صورت‌بندی، فرایند اصلی را می‌توان چنین تفسیر کرد که هنجارهای حیثیتی، مناسبات قدرت و فشارهای ساختاری، زمینه شکل‌گیری انگ و تهدید طرد اجتماعی را فراهم می‌کنند و در نتیجه، عاملیت فرد را در تصمیم‌گیری درباره بارداری و سقط در چارچوبی محدود و پرتنش قرار می‌دهند. در چنین شرایطی، سقط جنین ممکن است در روایت مشارکت‌کنندگان به صورت اقدامی انتخابی، اجباری یا پنهانی و به‌مثابه راهبردی برای مدیریت خطر، حفظ حیثیت، کاهش انگ و حتی پیشگیری از قربانی‌شدن تجربه و تفسیر شود. در عین حال، پنهان‌کاری یا افشای سقط می‌تواند در برخی زمینه‌ها با بدگمانی، تعارض خانوادگی و احتمال تشدید خشونت همراه شود. با این حال، از نظر روش‌شناختی، این پیوندها باید به‌صورت فرایندی، احتمالی و وابسته به زمینه اجتماعی تفسیر شوند، نه به‌عنوان روابط علّی قطعی؛ زیرا داده‌های پژوهش عمدتاً

بازتاب ادراک و روایت مشارکت‌کنندگان است. از این منظر، اهمیت مدل نظری در تبیین سازوکاری است که طی آن یک مسئله باروری، در شرایط خاص فرهنگی و ساختاری، می‌تواند به مسئله‌ای مرتبط با انگ اجتماعی، حفظ حیثیت، بقا و خشونت ناموسی تبدیل شود.



شکل شماره (۱)- الگوی نظری تبیین سقط جنین در بستر خشونت ناموسی

۶- روش‌تحقیق

۶-۱ طرح پژوهش و رویکرد روش‌شناختی

این پژوهش با رویکرد کیفی و تفسیری و با استفاده از تحلیل تماتیک انجام شد. انتخاب این رویکرد با ماهیت اکتشافی مسئله و ضرورت فهم فرایندهای اجتماعی، فرهنگی و معنایی مرتبط با سقط جنین در بستر خشونت ناموسی سازگار است؛ زیرا هدف پژوهش اندازه‌گیری فراوانی یا آزمون روابط آماری نبود، بلکه شناسایی و تبیین سازوکارهای اجتماعیِ شکل‌دهنده به تجربه و تصمیم کنشگران بود. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، مشاهده و مطالعه اسناد گردآوری و در یک فرایند استقرایی، از داده‌های تجربی به مفاهیم و مضامین تبیینی حرکت داده شدند. برخی استدلال استقرایی را شکوه علم و ننگ فلسفه می‌خوانند و برخی نیز آن را اصل مسلم علم می‌دانند. راسل معتقد بود، استدلال استقرایی باید دارای اعتبار باشد اما مشکل، نشان دادن چرایی و چگونگی اعتبار آن می‌باشد در هر صورت چنین مباحث فیلسوفانه برای علم بی اهمیت نیست. (گاپالاسرانا، ۱۳۷۳ به نقل از ازکیا، ۴۶:۱۳۹۷). این رو تمرکز بر روش استقرایی

در حوزه پژوهش کیفی مدنظر ماست در این روش چیزی تحت عنوان پرسشنامه وجود ندارد، اما در مقابل با مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، یا نیمه باز که مبتنی بر راهنمای از پیش طراحی شده ای انجام می‌گیرد و پژوهشگر در خصوص حوزه ی موضوعی خود -مبتنی بر ادبیات پژوهش و مطالعه های مقدماتی- آماده کرده است. به مصاحبه می‌پردازد. در این نوع مصاحبه، پرسش‌های اصلی از قبل تعیین شده است و با طرح آن‌ها مصاحبه‌گر این فرصت را پیدا می‌کند تا وارد مسئله های جزئی‌تر شود و به اطلاعات دقیق دست یابد. (میرزایی، ۱۳۹۶:۷۳۰)

۲-٦- میدان مطالعه و مشارکت‌کنندگان

میدان پژوهش استان خوزستان بود و نمونه‌گیری با توجه به تنوع قومی و اجتماعی این استان انجام گرفت. مشارکت‌کنندگان شامل افراد آگاه، صاحب‌نظران، ریش‌سفیدان، شیوخ، کارشناسان و فعالان اجتماعی بودند که از دانش یا تجربه مرتبط با مسئله پژوهش برخوردار بودند. برای بازنمایی تنوع زمینه‌ای، از میان گروه‌های قومی عرب، بختیاری، شوشتری، دزفولی و بهبهانی مشارکت‌کننده انتخاب شد و سهم گروه‌های قومی با توجه به ترکیب جمعیتی و امکان دسترسی به افراد واجد شرایط تنظیم گردید. دامنه سنی مشارکت‌کنندگان ۲۶ تا ۶۵ سال بود.

۳-٦- راهبرد نمونه‌گیری و حجم نمونه

نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند انجام شد؛ بدین معنا که مشارکت‌کنندگان بر اساس دانش، تجربه، موقعیت اجتماعی و توانایی ارائه اطلاعات عمیق درباره ابعاد حساس موضوع انتخاب شدند. در مجموع، ۲۳ مصاحبه انجام شد. تکرار مضامین و پاسخ‌ها از حدود مصاحبه ۱۳ ام آشکار شد و برای افزایش کفایت و اطمینان تحلیلی، ۱۰ مصاحبه تکمیلی انجام گرفت که در آنها نیز مضامین اصلی در سطح اشباع مشاهده شد. بنابراین، کفایت حجم نمونه نه بر مبنای معیارهای کمی، بلکه بر اساس اشباع مضامین و کفایت اطلاعاتی ارزیابی شد.

٤-٦- گردآوری داده‌ها

داده‌ها عمدتاً از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته گردآوری شدند. راهنمای مصاحبه بر محورهای فرهنگی، اجتماعی و حقوقی تنظیم شده بود و پرسش‌های اصلی، موضوعاتی مانند معنای اجتماعی سقط در بستر روابط خارج از هنجار، نقش خانواده و همسر، تجربه یا تصور طرد و بدگمانی، نسبت سقط با خشونت ناموسی و نقش قوانین مربوط به سقط را پوشش می‌داد.

ساختار نیمه‌ساختاریافته امکان می‌داد در کنار حفظ تمرکز نظری، در مواجهه با روایت‌های مشارکت‌کنندگان درباره موضوعات حساس و پیچیده، پرسش‌های پیگیرانه و اکتشافی نیز مطرح شود. در کنار مصاحبه، از مشاهده و بررسی اسناد مرتبط برای غنی‌سازی درک زمینه‌ای مسئله استفاده شد. از آن‌جایی که روش تحقیق کیفی به دنبال مطالعه کلی، مفهومی و تفسیر رفتار انسان‌ها به گونه‌ای طبیعی است که بدون دخالت و دخل و تصرف صورت می‌گیرد، روش آن باید به صورت نرم و انعطاف پذیر صورت گیرد. در این روش، بر خلاف روش کمی که به صورت پرسشنامه و پیمایشی انجام می‌گیرد، پژوهشگر در ارتباط مستقیم با موضوع می‌باشد. فرایندی است که برای اکتشاف، توصیف و تبیین صورت می‌گیرد. (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۳).

۵-٦- فرایند تحلیل داده‌ها

مصاحبه‌ها پس از ضبط و پیاده‌سازی، به‌صورت نظام‌مند تحلیل شدند. تحلیل تماتیک با تمرکز بر شناسایی، سازمان‌دهی، پالایش و تفسیر الگوهای معنادار در داده‌ها انجام گرفت. در مرحله نخست، واحدهای معنایی و کدهای اولیه از متن مصاحبه‌ها استخراج شد؛ سپس کدهای مرتبط در قالب مضامین فرعی سازمان یافتند و در مرحله نهایی، مضامین اصلی و روابط مفهومی میان آنها مورد تفسیر قرار گرفت. این فرایند امکان حرکت از سطح توصیف روایت‌ها به سطح تبیین سازوکارهایی مانند انگ، پنهان‌کاری، فشار ساختاری، سقط اجباری، برچسب‌زدایی و مدیریت خطر را فراهم کرد. در تفسیر نهایی، تحلیل داده‌ها به چارچوب نظری پژوهش متصل شد؛ به‌گونه‌ای که مضامین حاصل در ارتباط با انگ و هویت فاسد، برچسب‌زنی و انحراف، سازوکارهای تولید انگ در بستر قدرت، فشار ساختاری و نقش پیوندهای خویشاوندی تفسیر شدند. در این روش تحلیل تماتیک عبارت است از تحلیلی مبتنی بر استقرای تحلیلی که در آن محقق از طریق طبقه‌بندی داده ها و الگویابی درون داده ای و برون داده ای به یک سنخ شناسی تحلیلی دست یابد.(محمدپور، ۳۸۹:۲۰۱۸)

٦-٦- استراتژی در تحلیل تماتیک:

کدگذاری[۱] پیش نیازی برای شکل‌گیری یا استخراج مضمون‌ها در متن است. حقیقت این است که این تحلیل هم از نظر ذهنی و هم از نظر عینی بر تجربه مشارکت کنندگان تمرکز دارد و تلاش دارد ادراکات، احساسات، تجربه‌ها و به طور کلی برداشت‌ها و عقیده‌های مشارکت کنندگان را در اولویت تعریف مضمونی خود قرار دهد. لذا می‌توان به سادگی بیان کرد این تحلیل یک راهبرد طبقه‌بندی برای داده‌های کیفی است که پژوهشگر داده‌های خود را مرور، تنظیم، کدگذاری و طبقه‌بندی[۲] می‌کند و آن‌گاه که مضمون‌ها که همان نظام الگویی داده‌ای هستند. شناسایی، پالایش، نام‌گذاری و گزارش می‌کند، اما در حالت تحلیلی‌تر، این گزارش می‌تواند با تفسیر بازتابشی او نیز همراه باشد. (میرزایی،۱۲۴۳،۱۳۹۶) تحلیل تماتیک ضمن آن که خود یک روش تحلیلی مستقل محسوب می‌شود، در روش‌های تحلیلی دیگر هم چون روش نظریه‌زمینه‌ای[۳] نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. شناسایی تم ها یعنی الگوها در داده های مهم و جالب توسط پژوهشگر است و از این تم ها برای پاسخ به سوالات پژوهش استفاده می کنند یا اینکه مطالبی در مورد یک مسئله می گویند. (قاسمی:۱۳۹۸)

شیوه ولکات[۴] نیز طرح تماتیک ساده ای ارائه داده است. وی فرآیند تحلیل داده ها را دارای سه مرحله عمومی توصیف[۵]، تحلیل[۶] و تفسیر[۷] می‌داند.

- مرحله توصیف، داده ها در یک نظم و پیوستار زمانی قرار می گیرند. نظم مذکور می تواند بر اساس نظر محقق یا فرد مشارکت کننده در تحقیق باشد.
- در مرحله تحلیل، داده ها سازماندهی، تنظیم و مقوله بندی می شوند، وی این مرحله از

---

۱ -Encoding
۲ - Classification
۳ -Grounded Theory
٤ -wolcott
٥ -Describe
٦ -Analysis
۷ -Interpret

تحلیل را «بعد کمی تحقیق کیفی» می نامد.

- در مرحله تفسیر نیز تفسیرهای اصلی صورت می گیرند. این تفسیرها عمدتا با رویکرد مقایسه ای انجام می شوند. (محمدپور، ۳۹۱:۲۰۱۸)

۶-۷- اعتباربخشی پژوهش

برای ارزیابی کیفیت و اعتبار یافته‌ها از معیارهای چهارگانه اعتبارپذیری، اطمینان‌پذیری، تأییدپذیری و انتقال‌پذیری استفاده شد. اعتبارپذیری از طریق درگیری مستمر با میدان مطالعه، ثبت نظام‌مند داده‌های خام، توجه به واژگان و مفاهیم بومی و بازبینی مستمر فرایند تحلیل تقویت شد. اطمینان‌پذیری از طریق ثبت و ضبط مصاحبه‌ها، استفاده از داده‌های مکمل و نظارت مستمر بر مراحل پژوهش دنبال شد. تأییدپذیری با حفظ قابلیت ردیابی مسیر حرکت از داده‌های خام به کدها، مضامین و تفسیرهای نهایی مورد توجه قرار گرفت. همچنین، تنوع قومی و اجتماعی مشارکت‌کنندگان و حداکثر تنوع در انتخاب نمونه، مبنایی برای افزایش انتقال‌پذیری یافته‌ها در زمینه‌های اجتماعی مشابه فراهم کرد.

۶-۸- ملاحظات تحلیلی

با توجه به حساسیت موضوع، تفسیر یافته‌ها بر مبنای روایت و ادراک مشارکت‌کنندگان انجام شد و از تعمیم علّی فراتر از ظرفیت داده‌های کیفی پرهیز شد. ازاین‌رو، روابط میان انگ، فشار ساختاری، محدودشدن عاملیت، پنهان‌کاری، سقط و احتمال خشونت به‌صورت زمینه‌مند، فرایندی و احتمالی تفسیر شدند. این رویکرد اجازه می‌دهد یافته‌ها به‌جای ادعای روابط قطعی، سازوکارهای اجتماعیِ محتملی را آشکار کنند که در شرایط خاص می‌توانند یک مسئله باروری را به مسئله‌ای مرتبط با حیثیت، طرد، مدیریت خطر و خشونت ناموسی تبدیل کنند.

۹-٦- سئوالات مصاحبه

محور اصلی	سئوال اصلی	سئوال محرک
فرهنگی	- آیا دختران و زنان مجردی که دارای رابطه جنسی پیش از ازدواج آشکار (شرعی) دچار بارداری ناگهانی می‌شوند، در برابر این وضعیت ناخواسته عموما چه تصمیمی اتخاذ می کنند؟ چرا؟	- به عقیده شما چرا سقط جنین انجام می‌دهند؟ و آیا سقط جنین در این وضعیت را می‌توان به عنوان قتل قلمداد کرد؟
اجتماعی	- آیا زنانی که بدون اطلاع همسر خود سقط جنین انجام می دهند و پس از اطلاع همسر مورد معاقبه شوهر قرار می‌گیرند؟ آیا شاهد چنین مواردی بودید؟	- آیا این رفتار زنان می‌تواند منجر به قتل‌ناموسی شود؟ چطور؟ - مواجه اجتماع درباره این زنان چگونه است؟
قانونی	- تاثیر نقش قوانین سقط جنین زنان و دخترانی که پیش از ازدواج به واسطه رابطه جنسی سقط جنین انجام می‌دهند چیست؟	- آیا وجود چنین قوانینی می‌تواند درباره این نوع بازدارنده باشد؟

جدول شماره (۱) - سئوالات و محور مصاحبه ها

۵-٦- مشخصات مصاحبه شوندگان

ردیف	جنس	سن	تحصیلات	شغل	قومیت	جایگاه اجتماعی
۱	مرد	۶۵	کارشناسی ارشد جامعه شناسی	معلم	عرب	شیخ یکی از طوایف عرب
۲	مرد	۶۱	دکترای	تاجر	شوشتری	بزرگ خاندان
۳	مرد	۶۰	کارشناسی ارشد روانشناسی	معلم	عرب	یکی از بزرگان طوایف عرب
۴	مرد	۵۰	کارشناسی علوم سیاسی	معلم	بختیاری	بزرگ خاندان
۵	زن	۳۵	دکترای علوم سیاسی	استاد دانشگاه	عرب	از فعالین اجتماعی حوزه زنان
۶	زن	۳۳	دکترای زبان انگلیسی	معلم	عرب	نویسنده دو اثر در حوزه قتل ناموسی
۷	زن	۳۰	کارشناسی حقوق	بیکار	عرب	از فعالین اجتماعی حوزه زنان
۸	زن	۴۰	کارشناسی ارشد جامعه شناسی	آزاد	بختیاری	از فعالین اجتماعی حوزه زنان
۹	زن	۳۴	دکترای ادبیات عرب	استاد دانشگاه	عرب	از فعالین اجتماعی حوزه زنان
۱۰	زن	۳۸	کارشناسی بهداشت	سرآشپز	بختیاری	از فعالین حوزه کارآفرینی زنان
۱۱	زن	۴۰	کارشناسی ارشد هنر	آرایشگر	بختیاری	از فعالین حوزه کارآفرینی زنان
۱۲	زن	۶۵	دکترای جامعه شناسی	استاد دانشگاه	عرب	از فعالین اجتماعی حوزه زنان
۱۳	زن	۵۸	دکترای جامعه شناسی	استاد دانشگاه	بختیاری	مدیر دفتر تسهیلگری
۱۴	زن	۴۲	کارشناسی ارشد زبان انگلیسی	کارمند	دزفولی	از فعالین ادبیات و هنر
۱۵	زن	۳۴	کارشناسی ارشد	آزاد	بهبهانی	از فعالین حوزه کارآفرینی

			حقوق			زنان
۱۶	مرد	۶۲	کارشناس حقوق	معلم	عرب	شیخ و قرآن پژوه
۱۷	مرد	۵۸	کارشناس حقوق	آزاد	عرب	شیخ یکی از طوایف عرب
۱۸	مرد	۶۲	کارشناسی ارشد حقوق	معلم	بختیاری	بزرگ خاندان
۱۹	مرد	۶۱	کارشناس حقوق	معلم	بختیاری	بزرگ خاندان
۲۰	مرد	۵۰	دکترای حقوق	دفتر ازدواج	عرب	شیخ یکی از طوایف عرب
۲۱	مرد	۴۹	کارشناسی ارشد بازرگانی	کارمند	دزفولی	تاجر و فعال در حوزه تجارت
۲۲	زن	۳۹	کارشناس روانشناسی	آزاد	شوشتری	دانشجو
۲۳	مرد	۲۶	کارشناس عمران	آزاد	بهبهانی	پیمانکار و فعال اجتماعی

جدول شماره (۲)- جدول مشخصات مصاحبه شوندگان

۷- جدول جامع. ماتریس نهایی استخراج، تجمیع و تفسیر مقوله‌های کیفی پژوهش

مقوله اصلی	تم فرعی	مفاهیم/کدهای اولیه متناظر	فراوانی موارد کدگذاری‌شد $(n)_0$	درصد از ۶۲ مورد[1]	شواهد تجربی منتخب از مصاحبه‌ها	تفسیر تحلیلی
۱ .حفظ سلامت زنان با اصلاح قوانین	حفظ سلامت زنان در اصلاح قوانین و سیاست‌گذاری	اصلاح قوانین؛ حفظ سلامت زنان با اصلاح قوانین؛ اصلاح فرهنگ اجتماعی؛ افزایش آموزش و آگاهی جمعی	۱۹ مورد	٪۳۰،۶	تأکید بر بازبینی قوانین، ایجاد مراکز مشخص، پروتکل‌های بهداشتی، حمایت قانونی، توجه به شرایط خاص و افزایش آگاهی	داده‌ها نشان می‌دهد که از دید مشارکت‌کنندگان، مسئله سقط جنین صرفاً یک مسئله فردی یا اخلاقی نیست، بلکه به ظرفیت نظام حقوقی–بهداشتی برای کاهش آسیب و حمایت از زنان در شرایط بحرانی وابسته است.
۲ .فشار ساختاری و آزادی فردی	فشار ساختاری	فشار ساختاری اجتماع	۳ مورد	٪۴،۸	اشاره به ساختار سنتی، مذهبی و مردسالار و محدودیت‌های اجتماعی	هنجارهای مسلط اجتماعی، مذهبی و جنسیتی به‌عنوان سازوکارهای محدودکننده انتخاب فردی ظاهر می‌شوند؛ در نتیجه، تصمیم درباره بارداری در بستری از کنترل اجتماعی شکل می‌گیرد.
۲ .فشار ساختاری و آزادی فردی	حفظ آزادی فردی	حفظ آزادی فردی	۱۳ مورد	٪۲۱،۰	تأکید بر استقلال اجتماعی و اقتصادی، تداوم اشتغال، کاهش محدودیت‌های خانوادگی و حفظ امکان	در بخشی از روایت‌ها، سقط جنین به‌مثابه کنشی برای حفظ عاملیت فردی، استقلال اقتصادی و کنترل بر مسیر زندگی تفسیر شده

[1]– فراوانی‌ها بر اساس تعداد موارد مصاحبه‌ای حاوی آن کد محاسبه شده‌اند، نه بر اساس تعداد کل کدها؛ بنابراین مجموع درصدها الزاماً برابر ۱۰۰٪ نیست، زیرا یک مورد مصاحبه می‌تواند هم‌زمان چند مفهوم داشته باشد.

					تصمیم‌گیری درباره آینده فردی	است.
۲ .فشار ساختاری و آزادی فردی	کاهش فشارهای اقتصادی	برای جلوگیری از فقر	۱ مورد	٪۱،۰۶	نگرانی از کاهش توان اقتصادی خانواده	بعد اقتصادی در برخی روایت‌ها به‌صورت یک فشار زمینه‌ای ظاهر می‌شود که تصمیم‌گیری باروری را از سطح انتخاب فردی به مسئله معیشتی پیوند می‌زند.
۳ .سقط جنین به مثابه قتل آگاهانه	سقط جنین آگاهانه	سقط جنین انتخابی/اختیاری؛ سقط جنین اجباری؛ سقط جنین به مثابه قتل	۲۵ مورد کدگذاری مستقیم*	٪۴۰،۳	روایت‌هایی درباره انتخاب آگاهانه، اجبار موقعیتی، تلقی سقط جنین به‌عنوان «قتل» و تعارض میان شرع، قانون و ضرورت اجتماعی	این مقوله نشان‌دهنده یک دوگانگی هنجاری است: کنش سقط جنین هم‌زمان می‌تواند از منظر اخلاقی/دینی «قتل» و از منظر کنشی، راهبردی برای حل یک بحران اجتماعی تلقی شود.
۳ .سقط جنین به مثابه قتل آگاهانه	برچسب‌زدایی و بدگمانی	برچسب‌زدایی؛ رهایی از کشته‌شدن؛ بدگمان‌شدن	۲۱ مورد کدگذاری مستقیم*	٪۳۳،۹	تلاش برای جلوگیری از بی‌آبرویی، طرد اجتماعی، خشونت و قتل ناموسی؛ در مقابل، شکل‌گیری سوءظن و خشونت در اثر پنهان‌کاری	این بخش از داده‌ها سقط جنین را در شبکه‌ای از «ننگ–کنترل اجتماعی–پنهان‌کاری–بدگمانی–خطر خشونت» قرار می‌دهد و نشان می‌دهد پیامد تصمیم باروری می‌تواند فراتر از سلامت فردی و به سطح امنیت اجتماعی امتداد یابد.
۳ .سقط جنین به مثابه قتل آگاهانه	سقط جنین انتخابی/اختیاری	سقط جنین انتخابی؛ سقط جنین اختیاری	۱۶ مورد	٪۲۵،۸	تصمیم‌گیری برای حفظ آزادی، استمرار اشتغال، پرهیز از مسئولیت بیشتر یا جلوگیری از تداوم	انتخاب سقط جنین در این روایت‌ها با عاملیت فردی و مدیریت آینده زندگی گره خورده، اما این عاملیت در بستر فشار اجتماعی و

					ازدواج ناموفق	خانوادگی قرار دارد.
۳ .سقط جنین به مثابه قتل آگاهانه	سقط جنین اجباری	سقط جنین اجباری	۹ مورد	٪۱۴،۵	اشاره به ازدواج اجباری، فقدان مسئولیت‌پذیری مرد، تهدید به طرد، قتل ناموسی و نبود گزینه جایگزین	مفهوم «اجبار» نشان می‌دهد که برخی سقط‌ها را نمی‌توان صرفاً محصول انتخاب فردی دانست؛ تصمیم در شرایطی اتخاذ می‌شود که دامنه گزینه‌های بدیل به‌شدت محدود شده است.
۳ .سقط جنین به مثابه قتل آگاهانه	رهایی از کشته‌شدن	رهائی از کشته شدن	۶ مورد	٪۹،۷	سقط جنین به‌عنوان راهی برای پیشگیری از قتل ناموسی، خشونت یا قربانی‌شدن	در برخی روایت‌ها، کنش مورد مطالعه از یک «تخطی هنجاری» به یک «راهبرد بقا» بازتعریف می‌شود؛ یعنی فرد بین دو پیامد نامطلوب، گزینه‌ای را برای حفظ حیات خود انتخاب می‌کند.
۳ .سقط جنین به مثابه قتل آگاهانه	برچسب‌زدایی	برچسب زدائی	۷ مورد	٪۱۱،۳	حفظ آبرو و حیثیت، جلوگیری از طردشدگی و ممانعت از انتقال ننگ به مادر و کودک	برچسب‌زدایی به‌عنوان سازوکار کاهش هزینه اجتماعی بارداری ناخواسته ظاهر می‌شود و نشان می‌دهد «ننگ» یک متغیر اجتماعی اثرگذار در تصمیم‌گیری باروری است.
۳ .سقط جنین به مثابه قتل آگاهانه	بدگمانی	بدگمان شدن	۸ مورد	٪۱۲،۹	احتمال ایجاد سوءظن، اتهام خیانت، خشونت زناشویی و حتی قتل در اثر پنهان‌کاری	پنهان‌کاری می‌تواند در بستر روابط جنسیتی نابرابر، از یک راهبرد محافظتی به محرک بی‌اعتمادی و خشونت تبدیل شود.

جدول شماره (۳)- جدول جامع. ماتریس نهایی استخراج، تجمیع و تفسیر مقوله‌های کیفی پژوهش

۱-۷- تم‌های فرعی و مفاهیم

ردیف	تـم فـرعی	مـفهوم
۱	**حفظ سلامت زنان با اصلاح قوانین**	- اصلاح قوانین - حفظ سلامت زنان با اصلاح قوانین - افزایش آموزش و آگاهی جمعی
۲	**فشار ساختاری** **حفظ آزادی فردی**	- افزایش آموزش و آگاهی جمعی - حفظ آزادی فردی - جلوگیری از فقر
۳	**سقط جنین آگاهانه** **برچسب زدائی و بدگمانی**	- سقط جنین انتخابی - سقط جنین اجباری - رهائی از کشته شدن - بدگمان شدن - برچسب زدائی

جدول شماره (٤)- تم‌های فرعی و مفاهیم

۲-۷- مقوله‌های اصلی و فرعی

مقوله‌های اصلی استخراج شده از مقوله‌های فرعی

ردیف	تم اصلی	تم فرعی
۱	**حفظ سلامت زنان با اصلاح قوانین**	- **حفظ سلامت زنان در اصلاح قوانین**
۲	**فشار ساختاری و آزادی فردی**	- **فشار ساختاری** - **حفظ آزادی فردی**
۳	**سقط جنین به مثابه قتل آگاهانه**	- **سقط جنین آگاهانه** - **برچسب زدائی و بدگمانی**

جدول شماره (٥)- مقوله‌های اصلی و فرعی

۸- یافته‌های پژوهش

۸-۱- حفظ سلامت بانوان با اصلاح قوانین

مسائل مربوط به سقط جنین در میان بانوان تحت تأثیر چندین عامل جمعیت‌شناختی از جمله وضعیت اقتصادی، سطح آگاهی، دسترسی به خدمات بهداشتی، و فرهنگ و قوانین اجتماعی قرار دارد. ایجاد تغییرات در قوانین و سیاست‌گذاری‌ها با در نظر گرفتن این متغیرها می‌تواند به بهبود وضعیت سلامت زنان و کاهش نرخ سقط‌های غیرایمن کمک کند. همچنین، توجه به گروه‌های آسیب‌پذیر، به‌ویژه زنان جوان، زنان سرپرست خانوار، و قربانیان تجاوز و ازدواج‌های اجباری، در این اصلاحات ضروری است. در جوامع محافظه‌کار و سنتی، نگرش منفی نسبت به سقط جنین بیشتر است و زنان جوان به دلیل فشارهای اجتماعی به‌ویژه در بارداری‌های ناخواسته یا ناشی از تجاوز، در معرض آسیب‌های روانی و جسمی بیشتری قرار می‌گیرند. این وضعیت به‌ویژه در خانواده‌های کم‌درآمد و طبقات پایین جامعه مشهودتر است. حفظ سلامت بانوان به عنوان نیمی از جامعه که بخش اصلی فرایند تولید مثل را بر عهده دارند و بر طبق فوامین اسلامی به عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر پرورش و تربیت نسل آینده محسوب می‌شوند، بسیار حائز اهمیت است. یکی از اساسی‌ترین مسائل مطرح شده در مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که قوانین کشور نیازمند بازبینی و اصلاحات بیشتر در حوزه سلامت بانوان در امر سقط جنین است مصاحبه شونده شماره ۳ می‌گوید: «باید قوانین طوری تنظیم شود که سلامت زنان را تحت هر شرایطی تامین کند در غیر این صورت زنان مجبور خواهند شد از طرق غیر بهداشتی اقدام به سقط جنین کنند.»

مصاحبه شونده شماره ۱۰ می‌گوید: « سبب آسیب زنان جامعه می شود و سلامت زنان را به خطر می اندازد، در مواردی دیده شده داروی تاریخ گذشته مصرف شده و یا از مکان های آلوده برای سقط جنین استفاده شده است.»

مصاحبه شونده شماره ۱۲ می‌گوید: « گاهی وجود مراکز معین برای سقط جنین پیش از سه ماه می تواند خیلی از آسیب هایجدی زنان جلوگیری کند، لازم به ذکر است بخشی از این سقط جنین ها به دلیل تجاوز جنسی است که به دلیل شرم امکان اعلان آن وجود ندارد در این صورت زن بدون حمایت بهداشتی اولیه قرار می گیرد..»

مصاحبه شونده شماره ۱۳ می‌گوید: « بایستی قوانین در این خصوص برای دخترانی که ممکن است دچار قتل و یا بدنامی شوند ملاحظاتی صورت گیرد. حتی برای آنان که مورد تجاوز به

عنف شده اند و نمی خواهند فرزندی ناخلف مسیر زندگیشان را عوض کند..»
مصاحبه شونده شماره ۱۸ می‌گوید: « قوانین باید مورد بازبینی قرار گیرد و شرایط ویژه ای برای سقط جنین پیش از موعد ۱۲۰ روز در مراکز مشخص با پروتکول های معین بهداشتی و حمایت های قانونی وضع شود..»
مصاحبه شونده شماره ۱۳ می‌گوید: « این نوع قوانین سبب جلوگیری از رهاشدگی جنسی درجامعه می شود اما باید برای شرایط خاص راهکارها و مسیرهای مشخص تعیین شود، همانند مساله تجاوز و ازدواج های اجباری و حتی قربانیان احتمالی برای بی آبرویی دختران در سنین پایین(زیر سن قانونی).»
مصاحبه شونده شماره ۵ می‌گوید: « قوانین باید به روز شود، و امکان سقط جنین برای شرایط مختلف با ارائه ادله محکمه پسند هموار شود، علی الخصوص شرایطی که ممکن است سبب ایجاد برچسب خوردگی و ننگ آوری برای یک خانواده را به همراه داشته باشد..»
مصاحبه شونده شماره ۲ می‌گوید: « سقط جنین باید آزاد و تحت اشراف مراکز بهداشتی و درمانی صورت گیرد..»

۲-۸- فشار ساختاری و آزادی فردی

در هر جامعه بنا بر وضعیت ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و حتی اقتصادی به طور طبیعی هنجارهای مشخصی طی سال‌ها برای مردم آن جامعه قابل پذیرش و قبول بوده است و تخطی از آن به عنوان یک ناهنجاری تلقی می شود، در مصاحبه‌ها به طور مشخص فشار ساختاری قابل رویت بود، مصاحبه شونده ۷ می گوید: « گاهی زنان برای جلوگیری از محدودیت های بیشتر اجتماعی و اقتصادی دست به این نوع سقط جنین می زنند و چون همسر این زنان در بستر و ساختار مردسالارانه قرار دارد می ترسد که با مقاومت او روبه رو شود.»
مصاحبه شونده ۹ می گوید: « اجتماع در برابر این زنان رفتار منعطفانه ای ندارند علی الخصوص در جوامع سنتی و مذهبی، اما در جامعه مدرن و یا در بین افراد آگاه و مدرن این قضیه پذیرفتنی است.»
مصاحبه شونده ۱۳ می گوید: « زنان امروز اولویت خود را بر ترقی موقعیت اقتصادی، اجتماعی، علمی و کاری خود متمرکز کرده اند، برای همین امر قضیه سقط جنین را مخفی نگاه می دارند

چرا که در جوامع سنتی ما این عمل را گناه و خطای نابخشودنی می پندارند.»
برخی از مصاحبه شونده‌ها معتقد بودند که یکی از دلایل سقط جنین آگاهانه زنان بحث آزادی فردی در تصمیم‌گیری و عدم مسئولیت پذیری است، مصاحبه شونده ۲ می گوید: « خیلی از زنان از استمرار زندگی زناشویی خود نا امید هستند برای این منظور با سقط جنین از حجم بالای هزینه های تلخ بعد از طلاق پیشگیری می کنند.»
مصاحبه شونده ۲۲ می گوید: « عموما زنان آگاه و فعال در اجتماع برای عدم محدودیت در زندگی شخصی و کاهش مسئولیت های اجتماعی و خانوادگی بیشتر این قضیه را پنهان می کنند.»
مصاحبه شونده ۱۲ می گوید: « زنان شاغل نمیخواهند آزادی اجتماعی و اقتصادی خود را از دست دهند و به دلیل رایج شدن این تفکر که بدن من مال من است خود را به عنوان تصمیم گیرنده نهائی در خصوص سقط جنین می دانند.»
مصاحبه شونده ۲۳ می گوید: « عموما سقط جنین در خصوص زنان شاغل و علی الخصوص زنانی که حداقل یک فرزند دارند، بسیار شایع است چرا که نمی خواهند بیش از اندازه متحمل مسائل مربوط به تربیت و پرورش فرزندان شوند.»
مصاحبه شونده ۹ می گوید: « سقط جنین مخفیانه به شدت وجود دارد خصوصا بین زنانی که شاغل هستند، زیرا حیات شغلی و استقلال بخش اقتصادی خود را از دست می دهد.»
مصاحبه شونده ۲۰ می گوید: « مکن است فرد معتاد، شیشه ای و یا درگیر الکل باشد و زنان برای آن که از استمرار این ازدواج اطمینان ندارند دست به این اقدام می زنند. درواقع این یک کنش پیشگیرانه در برابر خسارت های بیشتر در یک ازدواج ناموفق است.»
مصاحبه شونده ۳ می گوید: « گاهی زنان از همسرانشان خوششان نمی آید یا علاقه ای به آنها ندارند برای همین با این کار سعی می کنند فرصت دست یابی به طلاق را از دست ندهند و در فرصت مناسب آزادانه طلاق بگیرند.»

۳-۸- سقط جنین به مثابه قتل آگاهانه

در بررسی مفاهیم به طور کاملا شفاف مشخص شد که سقط جنین چه در اجبار و چه در وضعیت اختیاری آن و حتی در مواردی که احتمال قربانی شدن وجود دارد و یا برای برچسب زدائی و رهایی از بدگمانی سقط جنین، به مثابه نوعی قتل آگاهانه قلمداد می‌شود، که فرد با علم

بر قوانین حقوقی، شرع و شرایط اجتماعی به فعل آن می‌پردازد. تحلیل جمعیت‌شناختی مسئله سقط جنین به‌ویژه در چارچوب فرهنگی و مذهبی، نمایانگر چالش‌های گسترده‌ای است که زنان در جوامع سنتی و مذهبی با آن روبرو هستند. در این شرایط، انتخاب سقط جنین نه تنها به‌عنوان یک تصمیم فردی، بلکه به‌عنوان واکنشی به فشارهای اجتماعی، فرهنگی و حتی خانوادگی تحلیل می‌شود. با توجه به داده‌های جمع‌آوری‌شده از مصاحبه‌ها، از منظر جمعیت‌شناختی، سقط جنین در جوامع سنتی و مذهبی به‌شدت تحت تأثیر عوامل اجتماعی، فرهنگی و مذهبی قرار دارد. در این جوامع، سقط جنین به‌عنوان یک اقدام آگاهانه در مقابل فشارهای شدید اجتماعی و خانوادگی انجام می‌شود. زنان به دلیل ترس از بی‌آبرویی، طرد اجتماعی و حتی تهدید به قتل، به سقط جنین مخفیانه روی می‌آورند. محدودیت‌های قانونی و شرعی، عدم حمایت‌های اجتماعی و فشارهای فرهنگی، این مسئله را پیچیده‌تر می‌کند و نشان می‌دهد که قوانین و سیاست‌گذاری‌ها نیازمند بازنگری عمیق برای حمایت از زنان در شرایط بحرانی هستند. مصاحبه شونده ۷ می گوید: «این امر برای جلوگیری از آبرو و شرافت خانوادگی انجام می شود و مهم تر از آن عدم طردشدگی خانم است چرا که در جامعه های سنتی و مذهبی سرنوشت این چنین زنان و یا دختران قتل ناموسی است، و این عمل می تواند به عنوان راه حل پیشگیرانه اذعان شود.»

مصاحبه شونده ۹ می گوید: «جامعه و ساختار سنتی موافق ازدیاد جمعیت هستند و فرزندان ناخواسته را موهبت الهی می دانند و سقط جنین را قتل و ناشکری می دانند، لذا در برابر این فضا زنان راهی به جز سقط جنین مخفیانه ندارند.»

مصاحبه شونده ۱۱ می گوید: «سقط جنین اگر قبل از سه ماه باشد موردی ندارد اما اگر بعد از آن باشد به عنوان قتل محسوب می شود چون ظاهرا روح در آن دمیده می شود و به اصطلاح ما جان می گیرد.»

مصاحبه شونده ۱۳ می گوید: « انتخاب سقط جنین به عنوان راهی برای رهائی از بی آبرویی انجام می شود.»

٤-٨- سقط جنین انتخابی

به نوعی از سقط جنین اشاره می‌کند که فرد ضمن آگاهی از وضعیت جامعه با اختیار خود دست به سقط جنین می‌زند، مصاحبه شونده ۱۲ می گوید: « گاهی زنان برای جلوگیری از محدودیت

های بیشتر اجتماعی و اقتصادی دست به این نوع سقط جنین می زنند»
مصاحبه شونده ۱۶ می گوید: « بله شوهر او را معاقبه می کند، اما زن این قضیه را تا سرحد طلاق به جان می خرد چون نمی خواهد دچار محدودیت های بیشتر شود.»
مصاحبه شونده ۱۵ می گوید: « مکن است فرد معتاد، شیشه ای و یا درگیر الکل باشد و زنان برای آن که از استمرار این ازدواج اطمینان ندارند دست به این اقدام می زنند. درواقع این یک کنش پیشگیرانه در برابر خسارت های بیشتر در یک ازدواج ناموفق است.»
مصاحبه شونده ۶ می گوید: « زنان امروز اولویت خود را بر ترقی موقعیت اقتصادی، اجتماعی، علمی و کاری خود متمرکز کرده اند، برای همین امر قضیه سقط جنین را مخفی نگاه می دارند چرا که در جوامع سنتی ما این عمل را گناه و خطای نابخشودنی می پندارند.»

۵-۸- سقط جنین برای رهائی از کشته شدن

تحلیل جمعیت‌شناختی سقط جنین به‌عنوان راهی برای رهایی از کشته شدن، در چهارچوب فرهنگی و اجتماعی جوامع سنتی و مذهبی، به موضوعات پیچیده‌ای اشاره دارد که نیازمند توجه دقیق است. در این تحلیل، به چند جنبه کلیدی پرداخته می‌شود: عوامل اجتماعی و فرهنگی: در جوامع با ساختارهای سنتی و مذهبی، که نهادهای اجتماعی و خانوادگی به شدت بر تصمیمات فردی تأثیر می‌گذارند، زنان به‌خصوص در سنین جوانی، با چالش‌های قابل توجهی در مواجهه با بارداری‌های ناخواسته روبرو هستند. این امر به بالاترین نرخ سقط جنین‌های غیرقانونی منجر می‌شود، به‌خصوص در مناطقی که قوانین و حمایت‌های اجتماعی محدود است. خطرات و عواقب سقط جنین: انتخاب سقط جنین به‌عنوان راهی برای فرار از تهدیدات اجتماعی و فرهنگی، ممکن است در کوتاه‌مدت از کشته شدن یا قربانی شدن زن جلوگیری کند، اما در بلندمدت می‌تواند آسیب‌های روانی و جسمی را به همراه داشته باشد.در این راستا، خطرات مربوط به سقط جنین غیرقانونی شامل عوارض جسمی، روحی و حتی پیامدهای قانونی برای زنان است. زنانی که به سقط جنین روی می‌آورند، به‌خصوص در جوامع کمتر توسعه‌یافته و با نظام‌های قانونی سخت، در معرض خطرات بالایی قرار دارند. نگرش‌های مذهبی و اجتماعی:
نگرش‌های مذهبی و اجتماعی در مورد سقط جنین به‌خصوص در جوامع اسلامی، به شدت تحت تأثیر ارزش‌های فرهنگی قرار دارد. سقط جنین در بسیاری از این جوامع به‌عنوان عمل ناپسند و ناشکری تلقی می‌شود، و زنان با خطر طرد اجتماعی مواجه‌اند. در این جوامع، باورهای مذهبی و

فرهنگی به‌شدت تأثیرگذار بر رفتارها و تصمیمات زنان هستند. بسیاری از زنان ممکن است به دلیل فشارهای اجتماعی، ترجیح دهند سقط جنین را پنهانی انجام دهند تا از پیامدهای منفی جلوگیری کنند. در نهایت باید تاکید کرد که با سیاست‌گذاری‌های جمعیتی بهتر در زمینه حمایت از زنان در شرایط بحرانی، می‌تواند به کاهش موارد سقط جنین غیرقانونی و جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی مرتبط با آن کمک کند.

مصاحبه‌ها نشان می‌دهد برخی از سقط جنین‌ها برای رهائی از قربانی شدن زن است که عموماً برای رهایی از ننگ و بی آبرویی رخ می دهد، مصاحبه شونده ۱ می گوید: « بله قتل نفس است اما اگر این فعل را مرتکب نشود خودش قربانی اصلی قتل خواهد بود.»

مصاحبه شونده ۳ می گوید: « این امر برای جلوگیری از آبرو و شرافت خانوادگی انجام می شود و مهم تر از آن عدم طردشدگی خانم است چرا که در جامعه های سنتی و مذهبی سرنوشت این چنین زنان و یا دختران قتل ناموسی است، و این عمل می تواند به عنوان راه حل پیشگیرانه اذعان شود.»

مصاحبه شونده ۲ می گوید: « سقط جنین می تواند قربانی به قتل ناموس را از کشته شدن نجات دهد البته اگر این امر تا پایان پنهان بماند.»

مصاحبه شونده ۴ می گوید: « سقط جنین سبب می شود که فرد حتی اگر در آستانه قربانی شدن به اتهام قتل ناموسی باشد، بتواند از اتهام علیه خود را انکار کند و شانس زنده بودن را داشته باشد.»

٦-٨- بدگمان شدن

پس از استخراج تم‌های فرعی ریشه‌های مفاهیمی چون بدگمانی به روشنی خود را نشان داد، به طوری که می توان به این امر اشاره کرد که سقط جنین اگر با تصمیم یک جانبه از سوی زن انجام شود امکان وقوع بروز بدگمانی به شدت قوت می گیرد، مصاحبه شونده ۲۱ می گوید: « بله گاها مخفی کردن سقط جنین شک و شبه را برای مرد ایجاد می کند و می تواند مسبب خشونت های جدی بین شان شود.»

مصاحبه شونده ۱۸ می گوید: « گاهی مردان از وسائل پیشگیری استفاده می کنند اما افاقه نمی کند لذا اگر بفهمند نشان سقط جنین انجام داده است احتمال خیانت را قطعی دانسته و در سکوت

زن خود را به قتل می رساند»

مصاحبه شونده ۲۲ می گوید: « بله، چرا که قضیه سقط جنین باید با هماهنگی زوجین صورت گیرد، البته مردان عموما با این کار مخالفت می کنند مگر آن که ارتباط جنسی غیر شرعی رخ داده باشد.»

مصاحبه شونده ۱۷ می گوید: « همواره در جامعه های سنتی و علی الخصوص جوامعی که ساختار قبیله ای در آن ها حاکم است رفتار یک سویه زنان و تصمیم یک طرفه آن ها در باب پنهان کردن مساله سقط جنین را نوعی دهن کجی و عدم صداقت به ساحت مردانه خود می بینند و امکان این مساله وجود دارد که سوء زن های اولیه و نهایتا قتل ناموسی رخ دهد.»

۷-۸- سقط جنین اجباری

گاهی سقط جنین جنبه اختیاری ندارد به این معنی که زن دربرابر شرایطی قرار می‌گیرد که لاجرم این حادثه رخ می دهد، مصاحبه شونده ۱۲ می گوید: « سقط جنین معمولا در ازدواج های اجباری رخ می‌دهد، که در جامعه هایی با فضای قبیله ای ممکن است شعله درگیری و حتی سرآغاز قتل ناموسی را ایجاد کند.»

مصاحبه شونده می گوید: « سقط جنین تنها راه حل موجود است، چرا که مردها زیربار مسئولیت نمی روند و زن می ماند و اثر جرم خود که احتمال قتل وی را در پی دارد.»

مصاحبه شونده می گوید: « بله قتل نفس است و نمی توان منکر این قتل شد، اما آیا راه دیگری برای فرد در جامعه سنتی وجود دارد؟»

مصاحبه شونده می گوید: « این امر برای جلوگیری از آبرو و شرافت خانوادگی انجام می شود و مهم تر از آن عدم طردشدگی خانم است چرا که در جامعه های سنتی و مذهبی سرنوشت این چنین زنان و یا دختران قتل ناموسی است، و این عمل می تواند به عنوان راه حل پیشگیرانه اذعان شود.»

مصاحبه شونده می گوید: « چون در جامعه ما خانواده های گسترده وجود دارد و ما در ساختار قبیله ای زندگی می کنیم این برچسب پاک شدنی نیست و آبروی خانواده و کل خاندان زیر سئوال می رود، ضمن آن که خود طفل نیز آینده ای نخواهد داشت و با پیشینه بد به این دنیا پا می گذارد.»

مصاحبه شونده می گوید: « جامعه و ساختار سنتی موافق ازدیاد جمعیت هستند و فرزندان

ناخواسته را موهبت الهی می دانند و سقط جنین را قتل و ناشکری می دانند، لذا در برابر این فضا زنان راهی به جز سقط جنین مخفیانه ندارند.»

مصاحبه شونده می گوید: « سقط جنین معمولا در ازدواج های اجباری رخ می دهد، که در جامعه هایی با فضای قبیله ای ممکن است شعله درگیری و حتی سرآغاز قتل ناموسی را ایجاد کند.»

۸-۸- برچسب زدائی

برچسب زدائی و یا ننگ‌شویی به عنوان یک تم فرعی به خوبی خود را در مصاحبه های انجام شده نشان داد، مصاحبه شونده ۵ می گوید: « زنان یا دختران در این وضعیت سعی می کنند ابرو و حیثیت خود را حفظ کنند»

مصاحبه شونده ۸ می گوید: « سقط جنین تنها راه برای حفظ کرامت، آبرو و عدم طرد شدگی از جامعه سنتی است.»

مصاحبه شونده ۱۱ می گوید: « در بین جوامع دین دار به عنوان فرزند حرام شناخته خواهد شد، یعنی زنده ماندن او ننگ ابدی را هم به فرزند و هم مادر می زند.»

مصاحبه شونده ۲۱ می گوید: « چون در جامعه ما خانواده های گسترده وجود دارد و ما در ساختار قبیله ای زندگی می کنیم این برچسب پاک شدنی نیست و آبروی خانواده و کل خاندان زیر سئوال می رود، ضمن آن که خود طفل نیز آینده ای نخواهد داشت و با پیشینه بد به این دنیا پا می گذارد.»

۹- نتایج پژوهش

۹-۱- واکاوی مساله سقط جنین از منظر قتل ناموسی

در واکاوی مساله سقط جنین باید اشاره کرد که در مصاحبه‌های انجام شده نقش رخداد سقط جنین به مثابه قتل آگاهانه-پس از گذشت سه ماه بارداری- کاملاً مسجل است، اما بخشی از داده‌ها نشان می‌دهد که این رخداد بر اساس آزادی فردی و بخش دیگر آن به جهت رهائی از قربانی شدن-متهم شدن به ارتکاب زنا- ننگ‌شدگی و بی‌آبرویی رخ داده است، فرد (خانم) بر اساس نظریه نمایش حرفه‌ای گافمن عملاً در موضعی قرار می‌گیرد که تلاش مذبوحانه‌ای خرج می‌کند تا مانع از تغییر دیدگاه افراد پیرامونش، نسبت به خود شود، و برای خروج از چنین وضعی

-بی‌آبرویی و ننگ و یا بی‌اعتباری حاصل از قضیه‌ای ناموسی- همان گونه که گافمن اشاره می‌کند؛ فرد(خانم) ناگزیر می‌شود درعقب صحنه، یا پشت صحنه به اصطلاح تئاتری، بازیگران می‌توانند نقش‌های‌شان را وانهند و خودشان بشوند. و فرد در آن لحظه برای خروج از حجم وسیع ننگ نقش خود را وامی‌نهد و نقش جدیدی را بر عهده می‌گیرد، در حقیقت بیشتر صحنه‌ها از پیش انتخاب شده‌اند و مشخص است که فرد قرار است بر روی صحنه (در اجتماع) چه کاری انجام دهد، عموماً صحنه‌ها به وسیله کنش‌گران انتخاب نمی‌شوند. این برداشت، تصویری ساختاری‌تر از آن‌چه که بیشتر نظریه‌پردازان کُنش متقابل نمادین دارند به دست ما می‌دهد. در وجهی دیگر بر اساس نظریه خودی-غیرخودی گرهارد فالک ما و همه جوامع همیشه به برخی شرایط و برخی رفتارها انگ می‌زنیم زیرا انجام این کار با شناسایی "غیرخودی" از "خودی" همبستگی جمعی را فراهم می‌کند. فرد (زن) برای جلوگیری از غیرخودی و طرد شدگی و نیز با توجه به نظریه هویت فاسد گافمن که معتقد است انگ همچنین می‌تواند علیه خود شخص باشد، که از ویژگی‌های شخصی با دید منفی شخص ناشی می‌شود، به‌گونه‌ای که می‌تواند منجر به "هویت فاسد" (یعنی خود انگ زدن) شود، فرد (زن) با در نظر داشتن فشار ساختاری ناشی از سنت‌ها و ارزش‌های جامعه و حتی عصبیت قبیله‌ای و ننگی که با خود حمل می‌کند، مرتکب سقط جنین می‌شود. از سوی دیگر بر اساس مدل لینک و فیلان که اشاره دارند افراد دارای برچسب "از دست دادن موقعیت و تبعیض" را تجربه می‌کنند، فردی (زن) که مرتکب سقط جنین می‌شود در واقع می‌داند خود را در شرایط نابرابری قرار می‌دهد که می‌تواند، در بدترین شرایط قربانی و مقتول -در شرایطی که مساله ناموسی و شرایط قتل ناموسی رخ دهد- از نوع ناموسی و در بهترین شرایط مورد خشونت فیزیکی، روانی و بدگمانی از سوی دیگران قرار گیرد. یافته‌ها نشان می‌دهد که سقط جنین، بخشی از انگیزه‌های اولیه برای قتل‌های ناموسی به حساب می‌آید، ضمن آن که فعل سقط جنین بالای سه ماه، خود نیز از منظر جامعه‌شناسی قتل‌های ناموسی در زمره قتل از نوع ناموسی قرار می‌گیرد. لذا نتایج این تحلیل نشان می‌دهد که سقط جنین، نه تنها یک عمل پزشکی، بلکه یک واکنش اجتماعی به شرایط نابرابر و فشارهای فرهنگی است. این مسأله می‌تواند منجر به قتل‌های ناموسی شود، به‌ویژه در شرایطی که سقط جنین بعد از سه ماه انجام می‌شود. در این حالت، سقط جنین به عنوان یک عمل ناموسی محسوب می‌شود و ممکن است عواقب خطرناکی برای زنان داشته باشد. همچنین تحلیل

جمعیت‌شناختی سقط جنین و ارتباط آن با قتل ناموسی نشان‌دهنده‌ی ضرورت تغییر در نگرش‌های اجتماعی و قانونی نسبت به این موضوع است. برای کاهش سقط جنین‌های غیرقانونی و جلوگیری از قتل‌های ناموسی، نیاز به حمایت‌های اجتماعی و قانونی از حقوق زنان و آگاهی‌بخشی به جامعه وجود دارد.

سیاست‌های جمعیتی ایران در خصوص سقط جنین به‌شدت تحت تأثیر ارزش‌های مذهبی و فقهی قرار دارد، اما در عین حال به موضوعات سلامت مادر و جنین نیز توجه شده است. این سیاست‌ها از سویی تلاش می‌کنند تا سقط جنین‌های غیرقانونی را کاهش دهند، سیاست‌های جمعیتی مؤثر در این زمینه اشاره می‌شود به: سیاست‌های تشویقی برای افزایش جمعیت، سقط جنین درمانی (سقط جنین پزشکی)، تأکید بر آموزش و مشاوره‌های قبل و بعد از بارداری، کنترل بارداری و سیاست‌های پیشگیری از بارداری ناخواسته، توجه به ناهنجاری‌های ژنتیکی و مشکلات سلامت جنین و نیز حمایت‌های اجتماعی و اقتصادی از مادران باردار و خانواده‌ها از یک سو و از سوی دیگر، در موارد خاص پزشکی به حفظ جان مادر و جنین اهمیت دهند. لذا پیشنهاد پژوهشی که در این خصوص می‌توان ارائه کرد، این است که می‌توان به تبیین جامعه‌شناختی مابین مفهوم «مالکیت بدن» و «مالکیت جنین» پرداخت، و دربستری میان رشته‌ای در خصوص «حقوق جنین» از منظر اسلامی و مفاهیم نوین اجتماعی بدن، پژوهشی تحلیلی صورت گیرد. در گامی بُلندتر پیشنهاد می‌شود، به تبیین مبانی و شرایط ویژه بانوان در معرض سقط جنین پرداخته شود.

۱۰-مدل واژه‌های پُرکاربرد در تحقیق کیفی



شکل شماره (۲)- مدل واژه‌های پُرکاربرد در تحقیق کیفی

فهرست منابع و مآخذ

الف) منابع داخلی:

۱- ابن‌خلدون، عبدالرحمن،(۱۳۶۶)، مقدمه ابن‌خلدون، ترجمه محمدپروین گنابادی، چاپ‌ششم، تهران:انتشارات علمی‌وفرهنگی.

۲- ازکیا، مصطفی و همکاران،(۱۳۹۶)،روش‌های تحقیق‌کیفی از نظریه تا عمل، جلد اول ودوم، چاپ‌اول، تهران: انتشارات کیهان.

۳- اختری، الهام،(۱۳۹۵)، سقط جنین از ایران باستان تا ایران امروز، مجله زنان مامایی و نازایی ایران، دوره نوزدهم شماره ۴۰ صفحه ۱-۵. ویژه نامه اسفندماه.

۴- مختاری، بهاره،(۱۳۹۴)، نگاهی به سیاست افزایش جمعیتی اخیر ایران، تارنمای «تجزیه و تحلیل سیاست گذاری عمومی» (ایپرا/Ippra).

۵- دانایی‌فرد،حسین ،آذر،عادل، الوانی،سیدمهدی(۱۳۸۳)، روش‌شناسی پژوهش کیفی‌درمدیریت: رویکردی‌جامع، انتشارات اشراقی، صفار.

۶- دهخدا، علی اکبر، ۱۳۷۷. لغت نامه دهخدا، جلد ۴، انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، صفحه ۲۲۲۵۵.

۷- ریتزر، جورج،(۱۳۹۴)، نظریه جامعه‌شناسی دردوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ نوزدهم، تهران:انتشارات‌علمی.

۸- ستوده، هدایت الله،(۱۳۹۹) آسیب‌شناسی اجتماعی (جامعه‌شناسی انحرافات)، چاپ بیست وهشتم، تهران: نشر آوای‌نور.

۹- عبادالهی، حمید. پیری، اکبر. موقر نربین، منصور، (۱۳۹۰)، داغ ننگ و هویت اجتماعی: بررسی موردی عوامل اجتماعی داغ ننگ زننده بر افراد دارای معلولیت جسمانی آشکار در شهر رشت، نشر شده در مجله بررسی مسائل اجتماعی ایران، سال دوم، شماره پنجم و ششم.

۱۰- قاسمی، یارمحمد، هاشمی، علی، (۱۳۹۸)، انجام پژوهش به روش تحلیل تماتیک، مجله ی فرهنگ ایلام دوره ی ۲۰۰ پاییز و زمستان، شماره ی ۶۴ و۶۵.

۱۱- کیانی، داوود، (۱۳۸۰)، «فرهنگ جهانی؛ اسطوره یا واقعیت»، فصلنامه مطالعات ملی، سال سوم، شماره۱۰.

۱۲- گافمن، اروینگ، (۱۳۸۶)، چاره اندیشی برای هویت ضایع شده، ترجمه مسعود کیانپور، چاپ دوم، تهران: نشر مرکز.

۱۳- محمدپور، احمد،(۲۰۱۸)، ضد روش، زمینه های فلسفی و رویه‌های عملی در روش‌شناسی کیفی، تهران: انتشارات‌لوگوس.
۱۴- میرزایی، حسین‌رضا، (۱۳۹۸)، من پنهان: تراجنسیتی (تی اس)ها را بیشتر بشناسیم، چاپ اول، تهران: انتشارات اندیشه احسان.
۱۵- میرزایی، خلیل (۱۳۹۶)، کیفی پژوهی، پژوهش، پژوهشگری و پژوهش نامه نویسی، چاپ دوم، تهران: انتشارات فوژان.
۱۶- نصار، ناصف، (۱۳۶۶)، اندیشه واقع گرایی ابن خلدون، ترجمه یوسف رحیم لو، چاپ اول، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.

ب) منابع خارجی:

۱۷- الحلوة، ر. (۳۱.۱۰.۲۰۱۸). رشا حلوة: جرائم الشرف تطال النساء فی کل مکان..وفی أوروبا أیضًا Dw .عربی. لینک مستقیم: (/Rmz۳vhttps://p.dw.com/p).
۱۸- جاکوبی أ، سناب د، بیکر جی إیه (۲۰۰۵) ، "الصرع والهویة الاجتماعیة: وصمة اضطراب عصبی مزمن" ، لانسیت نیورولوجی، ۴ (۳): ۱۷۱–۸، دوی : ۱۰.۱۰۱۶ (۰۵) ۴۴۲۲-s۱۴۷۴ / x- ۷۰۰۲۰، بمید ۱۵۷۲۱۸۲۷.
۱۹- جوفمان، إرفنج (۱۹۶۳). وصمة العار: ملاحظات حول إدارة الهویة الفاسدة . برنتیس هول . رقم ISBN ۹۷۸-۰-۶۷۱-۶۲۲۴۴-۲.
۲۰- جیرهارد فالک (۲۰۰۱). ستیغما: کیف نتعامل مع الغرباء ، کتب بروميثيوس.
۲۱- بوردیری ، جی إی ؛ دریمر ، دی (۱۹۸۶). "قرارات التوظیف للعمال المعوقین: النظر فی السبب". مجلة علم النفس الاجتماعی التطبیقی . ۱۶ (۳): ۱۹۷–۲۰۸. دوی : ۱۰.۱۱۱۱/j.۱۵۵۹-۱۸۱۶.۱۹۸۶.tb۰۱۱۳۵.x.
۲۲- جوفمان ، إی (۱۹۶۳). وصمة العار: ملاحظات حول إدارة هویة فاسدة. نیویورک ، نیویورک: سایمون اند شوستر.
۲۳- جوفمان ، إرفنج (۲۰۰۹). وصمة العار: ملاحظات حول إدارة الهویة الفاسدة . نیویورک: سایمون وشوستر. رقم ISBN ۹۷۸-۰-۶۷۱-۶۲۲۴۴-۲.
۲۴- شانا لیفین کولیت فان لار (۲۰۰۴) ، وصمة العار وعدم المساواة الجماعیة: وجهات نظر نفسیة اجتماعیة ، لورنس إیرلبوم أسوشیتس ، ISBN ۹۷۸-۰۸۰۵۸۴۴۱۵۳.
۲۵- لیندا شو (أکتوبر ۱۹۹۱) ، "وصمة العار والمهن الأخلاقیة للمرضی العقلیین السابقین الذین یعیشون فی مجلس رعایة ورعایة" ، مجلة الإثنوغرافیا المعاصرة ، ۲۰ (۳): ۲۸۵–۳۰۵.

۲۶- Aramesh, K. (۲۰۲٤). Population, abortion, contraception, and the relation between biopolitics, bioethics, and biolaw in Iran. Developing World Bioethics, ۲٤(۲), ۱۲۹–۱۳٤. https://doi.org/۱۰.۱۱۱۱/dewb.۱۲۳۸٦

۲۷- Erdman, J. N. (۲۰۲۳). The WHO abortion care guideline: Law and policy—Past, present, and future. International Journal of Gynecology & Obstetrics. https://doi.org/۱۰.۱۰۰۲/ijgo.۱۵۰۱۷

۲۸- Haseli, A., Rahnejat, N., & Rasoal, D. (۲۰۲٤). Reasons for unsafe abortion in Iran after pronatalist policy changes: A qualitative study. Reproductive Health, ۲۱, ۱۸۲. https://doi.org/۱۰.۱۱۸٦/s۱۲۹۷۸-۰۲٤-۰۱۹۲۹-٤

۲۹- Larijani, B., & Zahedi, F. (۲۰۰٦). Changing parameters for abortion in Iran. Indian Journal of Medical Ethics, ۳, ۱۳۰.

۳۰- Larijani, B., Zahedi, F., & colleagues. (۲۰۰۸). National bioethical legislation and guidelines for biomedical research in the Islamic Republic of Iran. Bulletin of the World Health Organization, ۸٦. https://doi.org/۱۰.۲٤۷۱/BLT.۰۸.۰۵۰۷۲٤

۳۱- Link, Bruce G.; Phelan, Jo C. (۲۰۰۱), "Conceptualizing Stigma", Annual Review of Sociology, ۲۷: ۳٦۳–۸۵.

۳۲- Lynn C. Holley ،Natasha S. Mendoza ،Melissa M. Del-Colle & Marquita LynetteBernard(۲۰۱٦) Heterosexism. DOI: ۱۰.۱۰۸۰ /۱۰۵۳۸۷۲۰.۲۰۱٦.۱۱۵۵۵۲۰.

۳۳- Becker, Howard S. (۱۹٦۳). Outsiders: Studies in the Sociology of Deviance. New York:Macmillan.

۳٤- Shirdel, E., Asadisarvestani, K., & Kargar, F. H. (۲۰۲٤). The abortion trend after the pronatalist turn of population policies in Iran: A systematic review from ۲۰۰۵ to ۲۰۲۲. *BMC Public Health*, ۲٤, ۱۸۸۵. https://doi.org/۱۰.۱۱۸٦/s۱۲۸۸۹-۰۲٤-۱۹۲٤۹-٤

۳۵- World Health Organization. (۲۰۲۵). Abortion care guideline (۲nd ed.). Geneva: World Health Organization. ISBN ۹۷۸-۹۲-٤-۰۱۰٤۲۰-٤.

۳٦- World Health Organization. (۲۰۲۵). Abortion.

۳۷- Williams, D. R.; Neighbors, H. W.; Jackson, J. S. (۲۰۰۳). "Racial/ethnic discrimination and health: findings from community studies". American Journal of Public Health. ۹۳ (۲): ۲۰۰–۲۰۸

۳۸- Heatherton, T. F.; Kleck, R. E.; Hebl, M. R.; Hull, J. G. (۲۰۰۰). The Social Psychology of Stigma. Guilford Press. ISBN -۵۷۲۳۰-۱ ۸-۵۷۳.

۳۹- Eskandari, L., Keramat, A., & Shojaei Baghini, G. (۲۰۲۵). Iranian women's experiences of unintended pregnancy and induced abortion: A meta-synthesis study. Iranian Journal of Medical Sciences, ۵۰(۱۱), ۷۲۶–۷۴۲. https://doi.org/۱۰.۳۰۴۷۶/ijms.۲۰۲۵.۱۰۵۴۸۰.۳۹۲۹

۴۰- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (۱۹۸۲). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. ECTJ, ۳۰(٤), -۲۳۳ .۲۵۲

۴۱- Gabriel, R., & Cardenas, P. (۲۰۱۹). Cultural and Social Dimensions of Honor-Based Violence: A Global Review. Journal of Gender Studies, ۲۵(۳), ۲۵۰-۲۶۷.

۴۲- Ghazanfari, R. S., Moini, S. R., & Pezhhan, A. (۲۰۲۶). Determinants of abortion in the Tehran metropolis based on the lived experiences of Tehranian women. Health Nexus, ٤(۱), ۱–۱٤. https://doi.org/۱۰.۶۱۸۳۸/kman.hn.۵۱۱۲

۴۳- Foster, S., Bock, J. E., & Gul, P. (۲۰۲۶). Culture of honour and the stigma of abortion. Psychology & Health, ٤۱(٤), ۵۳۹–۵۶۲. https://doi.org/۱۰.۱۰۸۰/۰۸۸۷۰٤٤۶.۲۰۲٤.۲٤٤۹۰۰۵

۴۴- Footman, K. (۲۰۲۵). Structural stigmatisation of abortion in the health system: Perspectives of abortion care-seekers, providers, managers, and funders in England and Wales. Social Science & Medicine, ۳۶۵, ۱۱۷۵۶۶. https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.socscimed.۲۰۲٤.۱۱۷۵۶۶

۴۵- Mackie, G. (۲۰۲۰). Honor and Violence Against Women: An Interdisciplinary Review. International Journal of Human Rights, ۱٤(۲), ۱٤۵-۱۷۰.

۴۶- Kulczycki A. "Abortion". Oxford Bibliographies. Archived from the original on ۱۳ April ۲۰۱٤. Retrieved ۹ April.

۴۷- Bankole A, Singh S, Haas T (۱۹۹۸). "Reasons Why Women Have Induced Abortions: Evidence from ۲۷ Countries". International Family Planning Perspectives. ۲٤ (۳): ۱۱۷–۱۲۷, ۱۵۲. doi:۱۰.۲۳۰۷/۳۰۳۸۲۰۸. JSTOR ۳۰۳۸۲۰۸. Archived from the original on ۱۷ January ۲۰۰۶.

۴۸- Merton, R. K. (۱۹۳۸). Social structure and anomie. American Sociological Review, ۳(۵), ۶۷۲–۶۸۲.

۴۹- Merton, R. K. (۱۹۶۸). Social theory and social structure. Free Press.

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ۳۷۵-۳۵۲
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

واکاوی تاثیرات ناشی از بحران کووید ۱۹ بر متغیرهای اقتصاد گردشگری
مطالعه موردی: امام زاده صالح تهران

مهساسادات مرادی حسین زاده[۱]
میثم موسائی[۲]

(تاریخ دریافت ۱۴۰۴/۳/۱۲ ـ تاریخ تصویب ۱۴۰۴/۵/۶)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
اقتصاد توریسم به شدت تحت تأثیر همه‌گیری کرونا قرار گرفته بود که آسیب بی سابقه ای به بخش توریسم وارد کرد. بر همین اساس هدف این پژوهش واکاوی تاثیرات ناشی از بحران کووید ۱۹ بر متغیرهای اقتصاد گردشگری کسب و کارهای اطراف امام زاده صالح است. روش پژوهش روش پیمایش، و داده‌ها نیز با ابزار پرسشنامه محقق‌ساخته گردآوری شد. جامعه آماری صاحبان و شاغلان کسب و کارهای اطراف امامزاده صالح تجریش است که حدود ۵۰۰ کسب و کار را شامل می‌شود. حجم نمونه برابر ۱۱۶ نمونه است که با استفاده ازنرم افزار g*power

[۱] – کارشناس ارشد علوم اجتماعی دانشگاه تهران– عضو دفتر مرکزی جهاد دانشگاهی(نویسنده مسئول)
mahsa.moradi.hos@ut.ac.ir
[۲] – استاد علوم اقتصادی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

محاسبه شد. روش انتخاب نمونه‌ها، روش نمونه‌گیری تصادفی است. یافته‌های حاصل از تحلیل فرضیات نشان دادند که وضعیت کلی کسب و کارهای اطراف امامزاده صالح دچار چالش جدی شده و به چندین متغیر اقتصادی کسب و کارهای اطراف امام زاده که در دوران کرونا نسبت به قبل تغییر داشته، پرداخته شده است. بر اساس نتایج مدلسازی متغیر تعداد مشتریان یا گردشگران کسب و کارها با ضریب ۰/۷۲ دارای بیشترین همبستگی با متغیر پنهان کسب و کارهای اطراف امامزاده است. به عبارت دیگر، برای تبیین متغیر پنهان کسب و کارهای اطراف امامزاده، بیشترین وزن را دارد. از طرفی میزان تنوع فعالیت‌های کسب و کار هم با ضریب ۰/۳۳ دارای کمترین همبستگی با نمرات کسب و کارها است و بر این اساس وزن کمتری در محاسبات مربوط به تبیین این متغیر داشته‌است. در کل مثبت بودن بارهای عاملی؛ میزان فروش، تعداد مشتریان و گردشگران، تعداد افراد به کار گرفته شده در کسب و کار، میزان سرمایه در گردش، میزان تنوع فعالیت‌های کسب و کار و میزان سودآوری به منزله اثر مستقیم بر متغیر کسب و کارها است و منفی بودن بارهای عاملی؛ تعداد افراد تعدیل شده در کسب و کار و میزان اجاره بها به منزله اثر معکوس این متغیرها بر کسب و کارهای اطراف امامزاده است.

واژه‌های کلیدی: کسب و کار، گردشگری مذهبی، اقتصاد گردشگری، بحران کووید۱۹.

۱- مقدمه

توریسم یکی از رایج ترین جنبش های اقتصادی جهانی است و به‌قدری در پیشرفت اقتصادی و اجتماعی کشورها دارای اهمیت است که اقتصاددانان آن را «صادرات نامرئی» نام نهاده‌اند. (داوری نژاد مقدم و مزینانی، ۱۳۹۳: ۱۳۶۷)

امروزه اهمیت اقتصادی و اثرهای گردشگری بر کسی پوشیده نیست. گردشگری از صنایع عمده اقتصاد جهانی و حتی اصلی ترین بخش اقتصادی بسیاری از کشورها است. براساس گزارش **UNWTO** در طی شش دهه ی اخیر، گردشگری، دارای رشد پیوسته بوده و امروزه یکی از بزرگ ترین بخش های اقتصادی است که دارای بیشترین نرخ رشد در بین سایر بخش‌ها می-باشد. (ایمانی خوشخو و علی زاده، ۱۳۹۲: ۲)

جاذبه های مذهبی، زیارتگاه‌ها و اماکن مقدس همواره توریست های بیشماری را به سوی خود میکشاند. به طوری که بسیاری از صاحب نظران توریسم مذهبی را گزینه ای موثر برای تنوع

بخشی اقتصادی میدانند(محمودی و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۲)

شیوع کرونا ویروس جدید کووید-۱۹ از انتهای سال ۱۳۸۹ و تداوم آن در سال ، ۱۳۹۹ اقتصاد ایران را در یک وضعیت رکود همراه با نا اطمینانی قرار داده است. همه گیری ویروس کرونا قبل از هرچیز یک فاجعه انسانی بزرگ است و تا امروز میلیون ها نفر در کره زمین را تحت تاثیر قرار داده است و از سوی دیگر شیوع بیماری سبب تعطیلی بنگاه‌های اقتصادی در سراسر جهان شده و همه کشورها را در آستانه رکودی کمرشکن قرار داده است. بر اساس نتایج تحقیقات شیوع ویروس کرونا، در ایران در حوزه اشتغال هر دو سمت عرضه و تقاضای بازار کار را تحت تاثیر قرار داده است. (طاهری نمهیل، ۱۳۹۹: ۱۷۱)

صنعت توریسم برای شکوفایی اقتصادی کشورهای جهان سوم از اهمیت ویژه ای برخوردار است. تا جایی که امروزه از آن به عنوان بازوی قدرتمندی جهت افزایش درآمد و فقرزدایی در کشورهای در حال توسعه نامبرده می شود. اما بحران ویروس کرونا به عنوان قفل بر پشت توسعه اقتصادی کشورها و صنعت گردشگری باعث ضررهای درآمدی هنگفتی به مشاغل مستقیم و غیرمستقیم این بخش‌ها شده است. (رحیمی، ۱۴۰۱: ۶۳)

صنعتِ توریسم را می‌توان اولین بخشِ آسیب دیده و همچنین آخرین بخشِ قابل رهایی کامل از کرونا دانست. کسب و کارهای مرتبط با توریسم در دوران کرونا بیشترین زیان را دیده‌اند (مسائلی و همکاران ۱۴۰۱: ۲۶۳)

امام زاده صالح علاوه بر کارکرد زیارتی برای مردم، یکی از مراکز مهم اقتصادی سنتی است که با توجه به وجود بازارچه مجاور خود؛ مخاطبان خاصی از شهر تهران و حتی شهرهای همجوار دارد. اما با شیوع کووید ۱۹ در ایران و جهان و بسته شدن اماکن مذهبی، و به تبع آن امامزاده صالح، بازارچه امامزاده و کسب و کارهای مرتبط با گردشگری نیز تحت تاثیر قرار گرفت. در این راستا ما در پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به سوالات زیر در خصوص کسب و کارهای اطراف امامزاده صالح در دوران کرونا نسبت به قبل هستیم که:

- میزان فروش چه مقدار تغییر کرد؟
- تعداد مشتریان (گردشگران) چقدر تغییر کرد؟
- تعداد افراد به کار گرفته شده چقدر تغییر کرد؟

- تعداد افراد تعدیل شده چقدر تغییر کرد؟
- میزان سرمایه در گردش چه مقدار تغییر کرد؟
- میزان تنوع فعالیت‌ها چه مقدار تغییر کرد؟
- میزان سودآوری هزینه‌های فروش چه مقدار تغییر کرد؟
- میزان اجاره بهای چه مقدار تغییر کرد؟

۲- پیشینه پژوهش

(فرشته رحیمی، ۱۴۰۱: ۵۳) در مقاله خود با عنوان بررسی تأثیر کرونا ویروس بر توسعه اقتصادی و صنعت توریسم بیان نمود کرونا بر شاخص تولید ناخالص داخلی، ضریب تکاثر درآمدی مشاغل مستقیم و بر فعالیت‌های فرعی بخش توریسم تاثیر منفی داشته است. اقتصادانان معتقدند کرونا ویروس تاثیر منفی شدیدی بر اقتصاد جهانی خواهد گذاشت.

(دادورخانی و موسوی، ۱۴۰۱: ۳۹۱) در مقاله خود با عنوان تحلیل پیامدهای همه گیری کووید ۱۹ بر اقتصاد روستایی، دو کشور هند و کانادا را به عنوان نمونه از جامعهٔ آماری مورد مطالعه همهٔ نقاط روستایی در سطح جهان کرد. نتیجه به دست آمده نشان میدهد تحمیل هزینه و کاهش تولید و عرضه در سطح ملی و بین المللی ناشی از کرونا می تواند اقتصاد را با تورم‌های بی-سابقه ای مواجه کند.

(جوان امانی و اکبری، ۱۴۰۰: ۳۵) در مقاله خود تحت عنوان بررسی وضعیت رقابت پذیری توریسم ایران در دوران کووید ۱۹ با روشِ تحلیلِ ساختاری (جامعه‌ی میزبان: ساکنینِ شهرِ رامسر) از مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته داده هایی استخراج کرده و بعد از تحلیل محتوا و کدگذاری باز و محوری نتیجه گرفت که با وجود نگرش منفی اغلب مردم به حضور گردشگران در این دوران، وابستگی زندگی معیشتی و اقتصادی تحت شروطی پذیرای گردشگران بود و در عین حال سلامت مردمِ کشور نیز در اولویت قرار دارد.

(منتی، ۱۳۹۹: ۱۶۳) در مقاله خود تحت عنوان بررسی اثرات کرونا ویروس بر اقتصاد جهانی بیان کرد بحران کوویدِ ۱۹ تهدیدی برای سلامت عمومی است، و به مرور تهدید اقتصادی جهانی شناخته شد. هرچند آسیب های اقتصادی ناشی ازکوویدِ ۱۹هنوز مشخص نیست, اقتصاددانان معتقدند ضربهٔ اقتصادی کوویدِ ۱۹ بیش از بحران جهانی سال ۲۰۰۸ خواهد بود. حتی اگر شاهد

رکود جهانی نباشیم، برخی از اقتصادهای سراسر جهان یا رشدی نخواهند داشت یا رشد اقتصادی شان منفی خواهد بود. این شامل برخی از اقتصادهایِ بزرگ نیز می شود.

۳-گردشگری مذهبی و اقتصاد گردشگری

گردشگری مذهبی یکی از مهم‌ترین و پررونق ترین شاخه‌های صنعت گردشگری است که اثرات قابل توجهی را در ابعاد مختلف جوامع، به ویژه اقتصاد آن ها بر جای گذاشته است. امروزه در بسیاری از کشورها همچون عربستان، عراق، ایران و هند که مراکز و مجموعه‌های تاریخی و مذهبی یکی از جنبه‌های سفر، گردش های مذهبی و گردشگران است که می‌تواند تاثیر بسزایی در توسعه و رونق اقتصادی مناطق مختلف داشته باشد. امروزه صنعت توریسم جایگاه مهمی در اقتصاد کشورها دارد. (مهرگان صومعه سرایی و همکاران، ۱۴۰۱: ۴۴۹)

توریسم مذهبی شامل تنوع گسترده در اقلیت های مذهبی، مراسم آیینی و سنتی، اماکن مذهبی توریستی و توریسم مذهبی، ظرفیت بالایی برای جذب گردشگران فرهنگی و اقتصادی دارد. این ظرفیت ها باید شناسایی و به محصولات توریسم مذهبی تبدیل شوند.(لیدیا سرگیونا بودویچ[۱]، ۲۰۲۳: ۱)

امروزه گردشگری، با ویژگی‌های بارز و منحصر به فرد، به یکی از بزرگترین و پر منفعت ترین صنایع در اقتصاد جهان تبدیل شده و بستری جهت ایجاد تغییرات در فضاهای جغرافیایی فراهم آورده است. گردشگری مذهبی یکی از گونه های گردشگری است که توسعه آن می تواند منجر به افزایش اشتغال و درآمد و رونق اقتصاد در فضاهای مختلف جغرافیایی خصوصا نواحی روستایی گردد. در واقع توسعه گردشگری مذهبی در روستاهای دارای بقاع متبرکه در ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و رونق اقتصادی تاثیر مثبتی داشته است. در مجموع گردشگری مذهبی با ویژگی های ساختاری و کارکردی اش، عامل مهم جهت احیاء اقتصاد روستاهای دارای این امتیاز و سایر روستاهای مجاور محسوب میشود. (محمودی و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۱)

گردشگری مذهبی به عنوان یکی از زیر مجموعه های صنعت بزرگ و متنوع گردشگری جهانی

---

[۱] - Lidija Sergijuna Budović

از جایگاه ویژه ای در رشد اقتصادی کشورها برخوردار است (موسوی و سلطانی، ۱۳۹۳: ۷۸). براساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، سالانه ۳۰۰ تا ۳۲۰ میلیون زائر از مکان های زیارتی جهان دیدن می‌کنند(سیامالا و کاکوتی[۱]، ۲۰۱۶: ۱۱۵). به همین دلیل است که امروزه کشورهای جهان بیش از پیش به دنبال توسعه گردشگری مذهبی به عنوان منبعی برای اشتغال و درآمدزایی هستند(اگریسی ال[۲]، ۲۰۱۲: ۴۷۳؛ ده ده جانی و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۸).

در دنیای امروز صنعت گردشگری به یکی از ارکان مهم توسعه اقتصادی و تجاری تبدیل شده است. اکثریت اقتصاد دانان و برنامه ریزان این صنعت را یکی از ارکان اصلی توسعه اقتصادی در دنیا می دانند (مافی و جوانبخت قهفرخی، ۱۳۹۰، ۲۴۴). گردشگری یکی از پیچیده ترین فعالیت های اقتصادی است و به عنوان کسب و کاری چند عاملی با کارکرد مثبت تلقی میشود (پارسا پور و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۴۱). (کشتکار و همکاران، ۱۴۰۲: ۴۲)

٤- اقتصاد گردشگری و بحران

صنعت گردشگری یکی از مهمترین و اقتصادی‌ترین صنایع فعال در سراسر جهان است، با این وجود یکی از مستعدترین و آسیب‌پذیرترین آنها در برابر بحران‌ها یا بلایای طبیعی نیز محسوب می‌شود. دلیل این مسئله را نه تنها می‌بایست در تعامل بسیاری از بخش‌های صنعت گردشگری با یکدیگر دانست، بلکه وابستگی صنعت گردشگری به اجزای تشکیل دهنده خود و نیز تحت تاثیر قرار گرفتن توسط بسیاری از عوامل بیرونی مانند نرخ ارز، وضعیت سیاسی، درآمد احتیاطی، محیط زیست، آب و هوا، بیماری‌های واگیردار و غیره نیز مزید بر علت می‌باشد. همچنین موفقیت صنعت گردشگری با توانایی آن در ارائه مکانی امن و دلپذیر برای بازدید گردشگران ارتباط مستقیم دارد. (لوافان، ۱۴۰۰: ۲)

بحران‌ها، رویدادهای ناگواری هستند که میتوانند باعث افول کسب و کارها شوند. صنعت گردشگری نیز مانند بسیاری از صنایع و فعالیت های اقتصادی، پیوسته در معرض بحران ها قرار دارد؛ به گونه ای که بسیاری از کارشناسان معتقدند گذشته از بحران هایی که ممکن است در

---

۱ - syamala & Kakoti

۲ - Egresi el at

صنعت گردشگری به وجود آیند، تقریباً هر بحرانی می تواند فعالیت های این صنعت را تحت تاثیر خود قرار دهد؛ حتی فالکنر[۱] (۲۰۰۱)، صنعت گردشگری را قربانی دائمی بحران ها دانسته است. (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۰۴)

سوننبرگ و وهلر معتقدند که با توجه به ارزش های اقتصادی هنگفت گردشگری در عصر حاضر، تاثیرات منفی بحران ها در این زمینه بسیار شدیدتر از گذشته بوده و حساسیت زیادتری نیز برای مدیریت بحران در این بخش پدید آمده است؛ بنابراین، تقاضای مبرم به ارائه استراتژی در این زمینه که چگونه برای مقابله با بحران در صنعت گردشگری اقدام کنیم وجود دارد. (موید فر، ۱۳۹۷: ۵۳)

لیو و پرات[۲](۲۰۱۷) در مقاله ای با عنوان «آسیب پذیری و انعطاف پذیری گردشگری در برابر توریسم» بیان میدارند که امنیت شخصی نگرانی عمده گردشگران است که در این تحقیق ارتباط بین گردشگری و بحران توریسم در ۹۵ کشور گردشگر پذیر در قالب مدل های جهانی تقاضای گردشکری بررسی شده که به این نتیجه رسیده اند که بعد از عامل درآمد در این تقاضا، اثرات طولانی مدت توریسم بر گردشگری بین المللی ناچیز است و اثرات کوتاه مدت نیز با توجه به مدل ای سری زمانی در مقاصد مختلف بسته به عواملی همچون ثبات سیاسی، سطوح درآمدی و کثرت گردشگری دارای تنوع زیادی است (موید فر، ۱۳۹۷: ۵۴).

امروزه صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهمترین بخش های اقتصادی کشورها شناخته می شود. بررسی ها نشان می دهد که تقاضای گردشگری به عوامل مختلفی بستگی دارد، اما در میان این عوامل، ایمنی و امنیت بیشترین اهمیت را برخوردار است. بیش از هر فعالیت اقتصادی موفقیت یا شکست یک مقصد گردشگری به توانایی آن در تامین امنیت و فراهم سازی محیط امن برای بازدید کنندگان وابسته است. تامین امنیت مستلزم مدیریت بلایای طبیعی و حوادث انسانی همانند بیماری، اغتشاشات سیاسی، تنش های نظامی و تروریسم است. (ولو، ۲۰۰۸).

---

[۱] - Falconer

[۲] - Liu & pratt

(یاوری گهر و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۸).

۵- گردشگری و کووید -۱۹

هووک و همکاران (۲۰۲۰)در تحقیق خود به اثرات ویروس کرونا بر صنعت توریسم در چین پرداختند. نتایج حاکی بر این است که وقوع کووید ۱۹ در چین ترس را به صنعت توریسم کشور چه در داخل و چه در خارج به همراه داشته و این امر باعث لغو همه پروازها به چین شده و تصور می شود کووید ۱۹تاثیر طولانی مدت بر صنعت توریسم چین دارد. (رحیمی، ۱۴۰۱: ۵۷)

کرونا صنعت توریسم مذهبی را از نظر تأثیرات اقتصادی، اجتماعی، غذایی، اشتغال و اعتقادی ویران می کند. سفرهای زیارتی متوقف می شود و تجمعات گسترده متوقف می شود. ما در دوران بسیار دشواری برای صنعت توریسم مذهبی قرار داریم و این به یک نگرانی بزرگ برای دولت‌ها در سراسر جهان تبدیل شده است. کشورهای پیشرو مانند ایالات متحده آمریکا، بریتانیا، ایتالیا، اسپانیا، ژاپن، روسیه، آلمان و چین در حال مبارزه برای کنترل همه گیر کووید-۱۹ هستند. ما با بزرگترین آزمون صنعت توریسم در بیش از نیم قرن گذشته روبرو هستیم. فاجعه همه‌گیری کووید-۱۹ یک جنگ بیولوژیکی جدید است که تمام جهان در حال تجربه آن است و صنعت توریسم یکی از قربانیان اصلی این همه‌گیری است. (راج و گریفین[۱]، ۲۰۲۰: ۱)

زیارتگاه های سانتیاگو د کامپوستلا و لوردس در جریان موج اول شیوع ویروس کرونا برای چند هفته بسته شدند. تأثیر همه‌گیری بر ساختار سنی زائران با کاهش مشخص در تعداد زائران بالای ۶۰ سال قابل توجه است. همچنین دلایل زیارت حرم نیز تغییر کرده است. اصل مهمی که متولیان حرم و برگزارکنندگان زیارت رعایت می کردند، اطمینان از ایمنی زائران در مسیر حرکت به زیارتگاه ها و مهمتر از همه در مناطق حرم بود. بزرگ‌ترین زیارتگاه‌های کاتولیک در اروپا، زائران را تشویق می‌کردند تا از طریق شرکت در خدمات و دعاهای آنلاین، پیوندهای خود را با حرم عمیق‌تر کنند و زیارت‌های معنوی و مجازی را دنبال کنند. (مروز[۲]، ۲۰۲۱: ۶۲۵)

با جمع بندی مطالعات پیشین میتوان گفت اکثر موارد به طور کلی به بررسی اثر توریسم مذهبی

---

۱ - Roy & Griffin

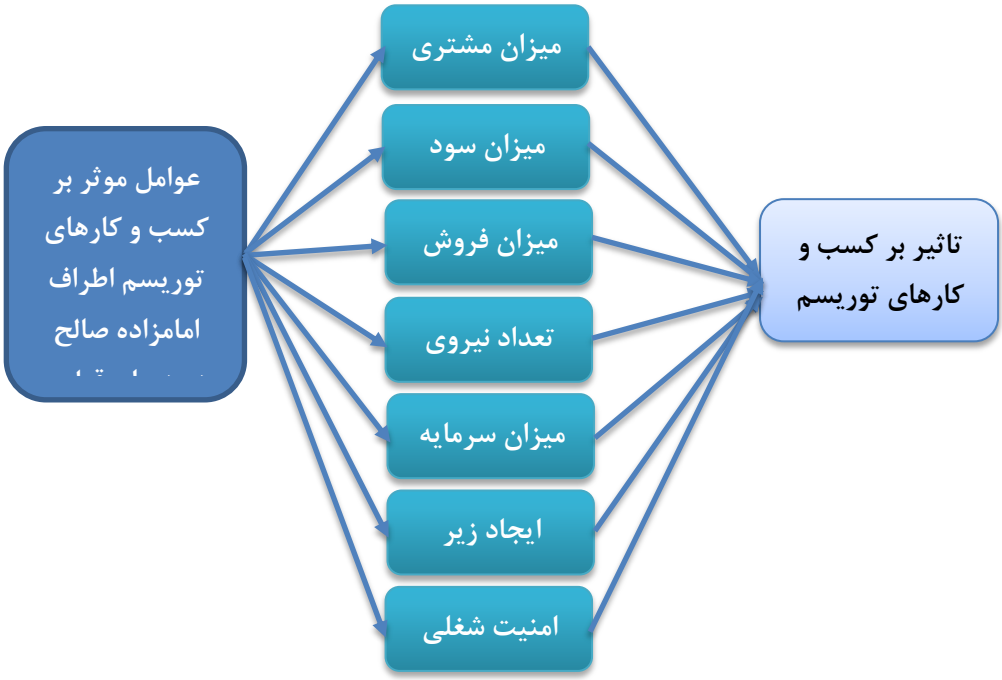
۲ - Moroz

بر رونق کسب و کار و یا اثرکوویدِ ۱۹ بر توریسم مذهبی پرداخته اند. تحقیقی که به طور مشخص و موردی به مطالعه واکاوی تاثیرات کووید ۱۹ بر متغیرهای اقتصادی توریسم مذهبی بپردازد وجود ندارد. با درک این خلا در این پژوهش به مطالعه آن پرداختیم. بررسی در این خصوص که متغیرهای اقتصادی کسب و کارهای شاغلان به طور مستقیم از گردشگران مراجعه کننده به امامزاده صالحِ تهران چقدر تحت تاثیر کرونا قرار گرفته اند و آیا اصلا اثرات مذهبی این بحران را مهار کرده در این پژوهش محوریت قرار گرفته است.

٦- چهارچوب نظری

توریسم مذهبی در جهان امروزی رونق بسیاری داشته و ۲۶ درصد از کل جریان های توریسم را به خود اختصاص داده است. در یکی از کنفرانس های اخیر بین الملل توریسم مذهبی مذهب، آورده صنعت توریسم در جهان ۱۸ میلیارد دلار تخمین زده شد و سازمان توریسم جهانی اعلام نمود هر ساله ۳۳۰ میلیون زائر از اماکن و اقامتگاه های مذهبی دیدن میکنند. کرونا بحرانی بود که با وجود نقش مثبت و پر رنگ توریسم مذهبی بر اقتصاد توریسم تاثیر زیادی گذاشت. سراسر جهان در تلاش کردند تا صدمات بیماری کرونا را بر امور معیشتی و اقتصادی مردم کشورشان به حداقل برسانند. خصیصه های منحصر به فرد رکود اقتصادی ناشی از شیوع این ویروس باعث شد روش‌هایی خاص و کم‌سابقه‌ای برای مقابله با آن در جهان در پیش بگیرند. به این ترتیب که از یک سو بخش‌هایی از اقتصاد کشور را به حالت تعلیق در آوردند و محدودیت‌هایی اعمال کردند و از سوی دیگر برای بخشی از زندگی معیشتی مردم مستقیما هزینه هایی در نظر گرفتند که خوداثرات منفی اقتصادی قابل توجهی در حوزه توریسم و توریسم مذهبی داشت. به طور کلی براساس آمار پژهشکده آمار مرکز آمار ایران، ۴۱.۱ درصد کسب و کارهای خدماتی در ماههای اسفند و فروردین ۱۳۹۹ و ۳۷.۸ درصد در اردیبهشت ماه از کرونا اثرات منفی در پی داشت. اگر چه بخشی از این فعالیت ها به صورت اینترنتی فعال‌تر شد، اما بسیاری تعطیل و نیمه تعطیل شدند. برخی نیروی انسانی خود را تعدیل کردند و بسیاری با دورکاری و غیبت موقت کارکنان مواجه شدند. بسیاری شغل خود را از دست داده و بیکار شدند و عده ای با توجه به محدودیت ها با کاهش درآمد روبرو شدند. تعطیلی کسب و کارها بسیاری از خانوارهای شهر

تهران را نگران آینده شغلی و ایجاد حس نا امنی در خصوص تداوم شغل کرد.
از طرفی در دروان کووید ۱۹ اشخاص شاغل در بخش خصوصی، بیشترین آسیب را دیدند. با توجه به این که ۷۹.۷ درصد از اشتغال در بخش خصوصی بود، کارکنان آن بیشتر از سایر بخش‌ها متضرر شدند. به عنوان سخن پایانی می‌توان گفت احتمالاً مشاغل خدماتی و توریسم در استان‌ها و مراکز شهری بیشترین آسیب را از کووید ۱۹ متحمل شدند و در کلان شهرها که بخش خدمات تا ۷۰ درصد مشاغل را شامل می‌شود شاهد بیکاری گسترده و کاهش آورده خانواده های شاغل در این بخش بود. در صورتی که بحران این ویروس ادامه دار میشد، بسیاری از شاغلین کسب و کارهای خدماتی و توریسم در کلان شهرها با خسارت‌های جبران‌ناپذیری روبرو میشدند.
توریسم توانسته با پشت سر گذاشتن تحولات طولانی مدت و همراه با موفقیت، مسیر پرباری را با یک دهه رشد از زمان بحران مالی جهانی سپری نماید. اما، با ظهور کووید ۱۹ این صنعت دچار اختلال شدید شد. صنعت توریسم و هتلداری بعد از نفت دومین صنعت کسب درآمد در جهان محسوب می‌شود. شیوع کووید ۱۹ تیر خلاصی به صنعت توریسم و هتلداری زد و باعث شد این دو صنعت مثل شیشه شکسته شوند. در این خصوص نه تنها واحدهای سازمانی بلکه نیروهای انسانی نیز در این دو صنعت به وضوح آسیب دیدند.



شکل(۱)- چارچوب مفهومی پژوهش

۷- روش شناسی در تحقیق

روش بکارگرفته شده در این مقاله تحلیلی- پیمایشی است. در مطالعه و تحقیق انجام شده ابتدا پس از انجام مطالعات اولیه و اکتشافی پرسشنامه ای استاندارد طراحی و تنظیم گردید . در این روش با استفاده از پیمایش میدانی داده‌ها و اطلاعات با ابزار پرسشنامه محقق‌ساخته گردآوری شد. جامعه آماری صاحبان و شاغلان کسب و کارهای اطراف امامزاده صالح تجریش که حدود ۵۰۰ کسب و کار را شامل می‌شود. حجم نمونه برابر ۱۱۶ نمونه که با استفاده ازنرم افزار **g*power** محاسبه شد. روش انتخاب نمونه‌ها، روش نمونه‌گیری تصادفی است. در این مقاله برای بررسی تاثیر کویید ۱۹ بر ۸ متغیر اقتصادی؛ میزان فروش، تعداد مشتریان (گردشگران)، تعداد افراد به کار گرفته شده در کسب و کار، تعداد افراد تعدیل شده، میزان سرمایه در گردش،

میزان تنوع فعالیت‌های، میزان سودآوری و میزان اجاره بها در اطراف امامزاده صالح است.
نرم افزار کاربردی**g*power** تعداد کفی از حجم و میزان نمونه برای دست یافتن به ضریب تاثیر ۰/۳۵ درصد با خطای نمونه گیری درجه ی دوم ۰/۰۵ و تعداد متغیرها محاسبه شد. ضریبِ تاثیر در نرم افزار کاربردی**g*power** در سه بازه ۰/۰۲ (ضریب تاثیر پایین)، ۰/۱۵ (ضریب تاثیر میانه) و ۰/۳۵ (ضریب تاثیر بالا) قرار دارد. در مرحله بعدی با توجه به در نظر گرفتن بازه در نمونه مورد تحقیق و مطالعه نمونه آماری بین ۷۰ الی ۱۵۳ نفر، تعداد ۱۵۰ پرسشنامه را بین مشاغل و کسب و کارهای فعال در امامزاده مورد نظر توزیع شد و بعد از کنار گذاشتن نمونه های مخدوش و معیوب تعداد ۱۱۶ پرسشنامه برای ارزیابی و تجزیه و تحلیل مورد سنجش قرار گرفت.

روش اعتبار صوری[۱] برای تأمین اعتبار ابزار تحقیق است.در خصوص روایی و تأمین اعتبار سازه مؤلفه‌ها و ابعاد متغیرها همراه با گویه‌های طرح شده ابتدا برای ۵ صاحب‌نظر ارسال شد تا آن را بررسی نمایند. سپس نظرات ایشان جمع بندی و اصلاحات در پرسشنامه اعمال شد. در خصوص پایایی ابزار پژوهش از آلفای کرونباخ استفاده شده است آلفای کرونباخ برای گویه‌های پرسشنامه، ۰.۷۱۵ به دست آمد. آنالیز داده‌ها با استفاده از نرم افزارها **SPSS** و **Amos** انجام شد. از شاخص های پراکندگی مرکزی برای بخش آمار توصیفی استفاده شد تا به صورت کمی به تحلیل و تفسیر اطلاعات بپردازیم. با در نظرگرفتن فرضیات و اهداف تحقیق برای بخش آمار استنباطی از آزمون‌های مختلف(رگرسیون، پیرسون، آزمون تی، خی دو و ...) بر حسب نیاز استفاده شده است. برای بررسی توزیع نرمال داده‌ها و دیتاها از آزمون کلموگروف –اسمیرنوف استفاده شد. در صورتی که آزمون کلموگروف –اسمیرنوف توزیع داده‌ها را نرمال نشان داد

معرفی امامزاده صالح

امامزاده صالح در شمالِ تهران و در منطقه ی تجریش قرار دارد که یکی از مناطق قدیمی است. قرار گرفتن امام زاده زائران و گردشگران زیادی را به سوی خود میکشاند که باعث شکل گیری بازار تجریش شده است و این بازار از جاهای دیدنی به شمار می آید و به دلیل قدمت تاریخی

---

[۱]- Face Validity

حدودا ۷۰ ساله این بازار سالانه پذیرای هزاران بازدید کننده از اقسا نقاط ایران و جهان می باشد. کسبه و ریش سفیدان این بازار قدمت آن را بالغ بر ۱۵۰ سال می‌دانند

بازار تجریش بازار جزو بازارهای قدیمی تهران است که فضای سرپوشیدهٔ آن و سرراست‌بودنش از مزیت‌های این بازار سنتی تهران محسوب می‌شود. بسیاری از گردشگران داخلی و خارجی که به تهران سفر می‌کنند حتی برای گشت‌وگذار میان حس و حال ایرانی، حتما سری به این بازار زیبا و پرقدمت می‌زنند.

بازار تجریش، در شمال تهران و محلهٔ تجریش و شمیرانات قرار دارد و دقیقا دسترسی مستقیم به میدان تجریش و متروی تهران (ایستگاه تجریش) دارد. بازار سنتی تجریش در واقع دو محلهٔ قدیمی سرپل و تجریش را به هم وصل می‌کند و همچنین این بازار ازطرفی به ورودی امامزاده صالح و از طرف دیگر به تکیه بازار که معماری جالبی دارد و خیلی هم تاریخی است، می‌رسد.

بازار تجریش تهران نه‌تنها یک محلی برای کسب‌وکار محسوب می‌شود بلکه به‌خاطر قدمت و بافت محلی آن، یک مرکز فرهنگی و اجتماعی خیلی مهم در تهران است که ازطرفی بازار است و ازطرفی کنار مساجد و امامزاده و تکیه و شهرداری قرار دارد و حتی به جرئت می‌توان آن را یکی از جاهای دیدنی تهران دانست.

به‌خصوص بعد از آنکه بازار سنتی تجریش را بازسازی کرده‌اند، حسابی جلوهٔ بیشتری پیدا کرده و به چشم آمده است، طوری که برخی می‌گویند این بازار نمونه کوچک‌تری از بازار بزرگ تهران است.

۸-یافته‌هایِ پژوهش

۸-۱-یافته های توصیفی

یافته‌های توصیفی این پژوهش بر توصیفی عمیق از وضعیت متغیرهای پژوهش متمرکز است و طبق این توصیفات وضعیت متغیرهایِ جمعیت شناختی و متغیرهایِ اصلی تحقیق تعریف و تبیین شده‌اند. در بخش توصیف متغیرهای جمعیت‌شناختی پژوهش؛ متغیرهای جنسیت، تاهل، سن، شغل، تحصیلات، صنف، تعداد کارکنان، وضعیت ملکیت محل کسب و درآمد به عنوان پارامترهای جمعیت‌شناختی انتخاب و آنالیز شده‌اند.

در توصیف متغیر جنسیت توزیع فراوانی نشان داده که ۸۱ نفر یعنی معادل ۶۹/۸ درصد از کل نمونه در دسته مردان و ۳۳ نفر یعنی معادل ۲۸/۴ درصد از کل نمونه در دسته زنان، قرار دارند. با توجه به جداول فراوانی مردان در فعالیت‌های اقتصادی و کسب و کارهای اطراف امامزاده صالح مشارکت بیشتری دارند. در زمینه تاهل نیز نتایج به دست آمده نشان داده که ۷۱ نفر یعنی معادل ۶۱/۲ درصد از کل نمونه در دسته مجردان، ۴۳ نفر یعنی معادل ۳۷/۱ درصد از کل نمونه در دسته متاهلان، قرار دارند. همچنین اطلاعات مربوط به سن پاسخگویان در نشان داده که طیف سنی ۲۰ تا ۴۰ ساله‌ها دارای بالاترین توزیع در فراوانی ها هستند که مقدار ۷۸/۴ درصدی از مجموع کل فراوانی های پاسخ دهندگان را شامل می‌شود. همچنین طیف‌های سنی زیر ۱۴ سال هیچ فراوانی نداشته و کمتر از بالای ۶۰ ساله‌ها ۳/۴ درصد فراوانی دارند. در زمینه شغل پاسخگویان نیز ۱۲ گروه شغلی شامل؛ میوه و سبزی فروشی، عطر و ادکلن فروشی، عرقیجات و ترشیجات، پوشاک و کفش، صنایع دستی، آجیل فروشی و خشکبار، سوغاتی‌ها، کتاب فروشی و وسایل فرهنگی، ساعت و جواهر فروشی، آرایشی و بهداشتی، لوازم خانگی و کالای دیجیتال و کادویی و اسباب بازی شناسایی شده که بر اساس اطلاعات توصیفی جدول مشاغل میوه و سبزی فروشی با فراوانی ۱۳/۸ بیشترین فراوانی را در جدول دارند و بعد از آن کسب و کارهای مربوط به فروش عرقیجات و ترشیجات با فراوانی ۱۲/۹ در جایگاه دوم قرار دارند. در زمینه تحصیلات پاسخگویان نیز نتایج نشان می‌دهد که مقدار ۳۱/۰ درصدی سطح سواد و تحصیلات پاسخ دهندگان مربوط به مقطع لیسانس بوده که بالاترین فراوانی را در جدول داراست و مقدارِ پایین‌تر مقطع زیردیپلم است که مقدار ۳/۴ درصد فراوانی دارد. نتایج توصیفی نشان میدهد که سطح تحصیلات پاسخ دهندگان نسبتاً بالاست و فعالان کسب و کار اطراف امامزاده صالح سطح سواد بالایی دارند.

در بحث توصیف اصناف فعال در امامزاده صالح چند صنف اصلی برجسته هستند. این اصناف شامل؛ غذا و رستوران، لباس و پوشاک، مشاغل آرایشی و بهداشتی، صنایع دستی و سوغات، خواربارفروشان و لوازم خانگی هستند و بر اساس نتایج جدول اصناف مربوط به غذا و رستوران با ۲۵/۹ فراوانی بیشترین اصناف اطراف امامزاده صالح است. در مورد وضعیت ملکیت محل کسب که یک شاخص اقتصادی مهم در کسب و کار است، بیش از ۴۵ درصد پاسخگویان فعالیت اقتصادی را در املاک اجاره ای مدیریت می‌کنند و ۳۲/۸ درصد مالکیت فضای کسب و

کار خود را دارند. همچنین وضعیت ملکی حدود ۲۱ درصد از کسب‌کارها نامشخص بیان شده است. در نهایت در مورد وضعیت درآمد پاسخگویان جدول توصیفی نشان داده که بیشترین درصد فراوانی پاسخگویان ۳۴/۵ درصد درآمد خود را متوسط رو به پایین عنوان کرده‌اند که وضعیت مناسبی برای فعالان اقتصادی نیست. نکته قابل تامل این جدول فراوانی صفر وضعیت درآمدی بالاست که هیچ یک از پاسخگویان درآمد خود را بالا عنوان نکرده‌اند.

علاوه بر این در زمینه وضعیت توزیع فراوانی ها در گویه‌های در ارتباط با طیف متغیرهای پژوهش نیز میانگین متغیر میزان فروش کسب و کارها کمتر از حد متوسط، متغیر تعداد مشتریان کسب و کار یا گردشگران کمتر از حد متوسط، متغیر تعداد افراد به کار گرفته شده در کسب و کارها کمتر از حد متوسط، متغیر تعداد افراد تعدیل شده در کسب و کارها بیشتر از حد متوسط، متغیر میزان سرمایه در گردش در کسب و کارها کمتر از حد متوسط، متغیر میزان تنوع فعالیت‌های کسب و کارها نزدیک حد متوسط، متغیر میزان سودآوری کسب و کارها کمتر از حد متوسط، متغیر میزان اجاره بها کسب و کارها نیز در نهایت بیش از حد متوسط آن بوده است.

۸-۲- یافته‌های استنباطی

در توصیف استنباطی داده‌ها به بررسی رابطه بین متغیرها پرداخته شده است. در فرضیه اول میزان فروش کسب و کارهای اطراف امامزاده در دوران کرونا نسبت به قبل بررسی شده است. در این آزمون مقایسه میانگین یک متغیر در نمونه به منظور دستیابی به نتیجه در جامعه مورد بررسی قرار می‌گیرد و نتایج تحلیل نشان می‌دهد که میزان فروش کسب و کارهای اطراف امامزاده در دوران کرونا نسبت به قبل کاهش داشته است. برای آزمون برابری میانگین جامعه با عدد ۶ از آزمون **t** یک نمونهای استفاده شد که در مقایسه با میانگین به دست آمده نمونه (۳/۴۷۳) بسیار کمتر است و اختلاف دو میانگین در سطح فاصله اطمینان ۰/۹۵ معنادار بوده و قابلیت تعمیم به جامعه آماری را دارد.

در فرض دوم نیز تعداد مشتریان (گردشگران) کسب و کارهای اطراف امامزاده در دوران کرونا نسبت به قبل کاهش داشته است. برای سنجش این فرضیه نیز از آزمون تی تک نمونه استفاده شده و بر اساس نتایج مقدار آمارهٔ آزمون **t** و سطح معناداری می‌توان نتیجه گرفت که سطح

معناداری کوچکتر ۰/۰۵ درصد خطای قابل قبول است و نتیجه فرضیه مورد تایید است و تعداد مشتریان کسب و کارهای اطراف امامزاده در دوران کرونا نسبت به قبل کاهش داشته است. برای آزمون برابری میانگین جامعه با عدد ۱۲ از آزمون **t** یک نمونهای استفاده شد که در مقایسه با میانگین به دست آمده نمونه (۷/۶۶۶) بسیار کمتر است و اختلاف دو میانگین در سطح فاصله اطمینان ۰/۹۵ معنادار بوده و قابلیت تعمیم به جامعه آماری را دارد.

در فرضیه سوم نیز تعداد افراد به کار گرفته شده کسب و کارهای اطراف امامزاده در دوران کرونا نسبت به قبل کاهش داشته است. در این فرض برای آزمون برابری میانگین جامعه با عدد ۹ از آزمون **t** یک نمونهای استفاده شد که در مقایسه با میانگین به دست آمده نمونه (۷/۹۵۹) بسیار کمتر است و اختلاف دو میانگین در سطح فاصله اطمینان ۰/۹۵ معنادار بوده و قابلیت تعمیم به جامعه آماری را دارد.

در فرضیه چهارم نیز تعداد افراد تعدیل شده در دوران کرونا نسبت به قبل افزایش داشته است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تعداد افراد تعدیل شده کسب و کارهای اطراف امامزاده در دوران کرونا نسبت به قبل افزایش داشته است. برای آزمون برابری میانگین جامعه با عدد ۶ از آزمون **t** یک نمونهای استفاده شد که در مقایسه با میانگین به دست آمده نمونه (۶/۶۸۶) بیشتر است و اختلاف دو میانگین در سطح فاصله اطمینان ۰/۹۵ معنادار بوده و قابلیت تعمیم به جامعه آماری را دارد.

در فرضیه پنجم نیز می‌توان نتیجه گرفت که با توجه به سطح معناداری کوچکتر ۰/۰۵ درصد نتیجه فرضیه مورد تایید است و میزان سرمایه در گردش کسب و کارهای اطراف امامزاده در دوران کرونا نسبت به قبل کاهش داشته است.

در فرضیه ششم نیز میزان تنوع فعالیت‌های کسب و کار اطراف امامزاده در دوران کرونا نسبت به قبل افزایش نداشته است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که سطح معناداری کوچکتر ۰/۰۵ درصد خطای قابل قبول است و نتیجه فرضیه رد شده است و میزان تنوع فعالیت‌های کسب و کارهای اطراف امامزاده در دوران کرونا نسبت به قبل افزایشی نداشته است.

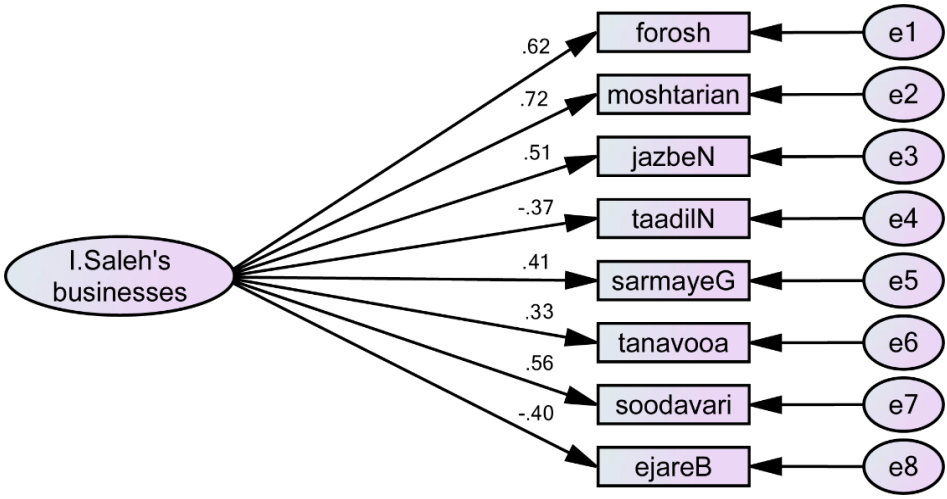
در فرضیه هفتم نیز میزان سودآوری کسب و کارهای اطراف امامزاده در دوران کرونا نسبت به قبل کاهش داشته است. با توجه به نتایج جدول و مقدار آمارهٔ آزمون **t** یک نمونهای و سطح معناداری کوچکتر ۰/۰۵ درصد و نتیجه فرضیه مورد تایید است و میزان سودآوری کسب و

کارهای اطراف امام‌زاده در دوران کرونا نسبت به قبل کاهش داشته است.
در نهایت در آخرین فرض نیز میزان اجاره بهای کسب و کارهای اطراف امام‌زاده در دوران کرونا نسبت به قبل افزایش داشته است. نتیجه فرضیه مورد تایید است و میزان اجاره بهای کسب و کارهای اطراف امام‌زاده در دوران کرونا نسبت به قبل افزایش داشته است.
در آزمون مدل نیز تحلیل عاملی تاییدی برای آزمون مدل انتخاب شد. در همین ارتباط نیز با توجه به محرز بودن اثر توریسم مذهبی بر روی کسب و کار اقتصادی برای تبیین کسب و کارهای اطراف امام‌زاده در دوران کرونا نسبت به قبل چندین عامل وجود دارد که توان تبیین هرکدام در مدل تحلیل عاملی تاییدی بررسی و تحلیل می‌شود. این عامل‌های تبیین کننده شامل؛ میزان فروش، تعداد مشتریان (گردشگران)، تعداد افراد به کار گرفته شده در کسب و کار، تعداد افراد تعدیل شده، میزان سرمایه در گردش، میزان تنوع فعالیت‌های، میزان سودآوری و میزان اجاره بها هستند که هر کدام وزنی در تبیین آن دارند و مقدار ضرایب به صورت استاندارد محاسبه شده است. در میان متغیرهای قابل مشاهده شده و بیرونی مدل که به عبارتی متغیرهای تبیین کننده کسب و کارهای اطراف امام‌زاده هستند؛ می‌توان گفت این پارامترها نوعی وزن رگرسیونی هستند که نشان دهنده ی کواریانس یا ضریبِ همبستگی هر متغیرِ قابل مشاهده با متغیر پنهان و غیر قابل مشاهده کسب و کارهای اطراف امام‌زاده هستند. به بیان دیگر، همان شاخص‌هایی هستند که به نام بارعاملی نیز خوانده می‌شوند. از بین این متغیرها تعداد مشتریان یا گردشگران کسب و کارها با ضریب ۰/۷۲ بیشترین همبستگی با متغیر پنهان و غیر قابل مشاهده کسب و کارها و مشاغل اطراف امام‌زاده را دارد. به بیانی دیگر، برای تبیین متغیر پنهان و غیر قابل مشاهده کسب و کارهای اطراف امام‌زاده، بیشترین وزن را دارد. از طرفی هم متغیر میزان تنوع فعالیت‌های کسب و کار هم با ضریب ۰/۳۳ کمترین همبستگی با نمرات کسب و کارهای اطراف امام‌زاده را دارد و بر این اساس وزن کمتری در محاسبات در ارتباط با تبیین این متغیر داشته‌است. در کل مثبت بودن بارهای عاملی؛ میزان فروش، تعداد مشتریان و گردشگران، تعداد افراد به کار گرفته شده در کسب و کار، میزان سرمایه در گردش، میزان تنوع فعالیت‌های کسب و کار و میزان سودآوری به منزله اثر مستقیم بر متغیر کسب و کارهای اطراف امام‌زاده است و منفی بودن بارهای عاملی؛ تعداد افراد تعدیل شده در کسب و کار و میزان اجاره بها به منزله اثر

معکوس این متغیرها بر کسب و کارهای اطراف امامزاده است.

۹- مدل کلی پژوهش

مدل کلی پژوهش از نوع تحلیل عاملی تاییدی است در همین ارتباط برای واکاوی ۸ عامل اشاره شده وجود داشت که تبیین هرکدام در مدل تحلیل عاملی تاییدی بررسی و تحلیل شد. فرض در مدل‌های عاملیِ مرتبه اول این است که نمرات هر مورد مطالعه در یک متغیر، منعکس کننده وضعیت آن در یک عاملِ زیر بنایی‌تر است و بدلیل پنهان بودن امکان سنجش آن به طور مستقیم وجود نداشت. مدل‌هایِ عاملی سه نوع متغیر دارد. این متغیرها شامل؛ متغیرِ پنهانِ بیرونی (کسب و کارهای اطراف امامزاده) و متغیرِ مشاهده شده بیرونی(فروش، مشتریان، جذب، تعادل، سرمایه، تنوع، سودآوری، اجاره‌بها) و متغیرِ خطا (**e۱,e۲,e۳,...**) است. متغیرهایِ پنهان بیرونی و خطا از نوع پنهان و غیر قابل مشاهده هستند و در داخلِ بیضی قرار می‌گیرند و متغیرهای آشکار و قابل مشاهده در داخلِ مستطیل قرار می‌گیرند. شکل زیر مدل عاملیِ تأییدیِ مرتبه ی اول برای اندازه‌گیری متغیر پنهان و غیر قابل مشاهده کسب و کارهای اطراف امامزاده است.



شکل(۲)- تحلیل عاملی متغیرهای پژوهش

این مدل مقدار ضرایب را به صورت استاندارد محاسبه میکند. در میان متغیرهای قابل مشاهده بیرونی مدل که به نوعی متغیرهای تبیین کننده کسب و کارهای اطراف امامزاده هستند؛ می‌توان

گفت این پارامترها نوعی وزن رگرسیونی هستند که در حقیقت نشان دهنده کواریانس یا ضریب همبستگی هر متغیر آشکار با متغیر غیر قابل مشاهده و پنهان کسب و کارهای اطراف امام‌زاده هستند. به بیان دیگر، همان شاخص‌هایی هستند که به نام بارعاملی نیز خوانده می‌شوند. از بین این متغیرها تعداد مشتریان یا گردشگران کسب و کارها با ضریب ۰/۷۲ دارای بیشترین همبستگی با متغیر غیر قابل مشاهده کسب و کارهاو مشاغل اطراف امام‌زاده است. به بیانی دیگر، برای تبیین متغیر پنهان و غیر قابل مشاهده کسب و کارهای اطراف امام‌زاده، بیشترین وزن را دارد. از طرفی هم متغیر میزان تنوع فعالیت‌های کسب و کار هم با ضریب ۰/۳۳ کمترین همبستگی را با نمرات کسب و کارها و مشاغل اطراف امام‌زاده دارد و در نتیجه وزن کمتری در محاسبات مربوطه در تبیین این متغیر داشته است. در کل مثبت بودن بارهای عاملی؛ میزان فروش، تعداد مشتریان و گردشگران، تعداد افراد به کار گرفته شده در کسب و کار، میزان سرمایه در گردش، میزان تنوع فعالیت‌های کسب و کار و میزان سودآوری به منزله اثر مستقیم بر متغیر کسب و کارهای اطراف امام‌زاده است و منفی بودن بارهای عاملی؛ تعداد افراد تعدیل شده در کسب و کار و میزان اجاره بها به منزله اثر معکوس این متغیرها بر کسب و کارهای اطراف امام‌زاده است.

جدول (۱)- بارهای عاملی متغیر کسب و کارهای اطراف امام‌زاده به ترتیب بالاترین همبستگی با متغیر غیر قابل مشاهده به وسیله نرم‌افزار Amos

ردیف	گویه‌ها	برآورد
۱	تعداد مشتریان کسب و کار یا گردشگران	۰/۷۲
۲	میزان فروش کسب و کارها	۰/۶۲
۳	میزان سودآوری کسب و کارها	۰/۵۶
۴	تعداد افراد به کار گرفته شده در کسب و کارها	۰/۵۱
۵	میزان سرمایه در گردش در کسب و کارها	۰/۴۱
۶	میزان اجاره بها کسب و کارها	-۰/۴۰
۷	تعداد افراد تعدیل شده در کسب و کارها	-۰/۳۷
۸	میزان تنوع فعالیت‌های کسب و کارها	۰/۳۳

جدوا(۲)- برآورد وزن‌های رگرسیونی متغیر غیر قابل مشاهده کسب و کارها و مشاغل اطراف امامزاده با نرم‌افزار های کاربردی Amos

			مقدار Estimate	مقدار S.E.	مقدار C.R.	مقدار P	مقدار Label
forosh	<---	I.Saleh's businesses	۱.۰۰۰				
moshtarian	<---	I.Saleh's businesses	.۷۱۷	.۰۶۷	۱۰.۶۷۹	***	
jazbeN	<---	I.Saleh's businesses	.۵۱۲	.۰۸۶	۵.۹۵۳	***	
taadilN	<---	I.Saleh's businesses	-.۴۶۲	.۱۶۱	-۲.۸۶۲	.۰۰۴	
sarmayeG	<---	I.Saleh's businesses	.۳۳۸	.۰۶۴	۵.۳۲۳	***	
tanavooa	<---	I.Saleh's businesses	.۷۵۲	.۳۰۷	۲.۴۴۹	.۰۱۴	
soodavari	<---	I.Saleh's businesses	۱.۰۶۶	.۲۸۸	۳.۷۰۳	***	
ejareB	<---	I.Saleh's businesses	-.۸۳۹	.۲۷۶	-۳.۰۳۴	.۰۰۲	

در تحلیل مدل عاملی مقدار (**C.R**) با نسبتِ بحرانی خوانده می‌شود و که از تقسیم نسبت مقدار برآورد شده غیر استاندارد برای پارامتر **Estimate** به خطای معیار (**S.E**) محاسبه شده برای هر پارامتر حاصل می‌شود و نشان دهنده این است که وقتی ردِ فرضیه صفر مقدار این پارامتر را برابر صفر قرار می‌دهد تا چه حد احتمال خطا وجود دارد. سه ستاره (***) در قسمت (**P**) به معنای تایید فرضیه با مقدار صفر است. در جدولِ بالا قضاوت به وجود تفاوت معنادار بین ضریب محاسبه شده و صفر؛ به صفر درجه خطا منجر می‌شود. ۵ درصد میزان خطا قابل قبول است، در نتیجه پارامتر محاسبه شده در هفت مورد دارای تفاوت معنادار با صفر است و در مورد متغیر (تنوع) میزان تنوع فعالیت‌های کسب و کارها مقدار (**P**) بالاتر از ۰/۰۵ شده و سهم این متغیر در تبیین کسب و کارهای اطراف امامزاده ناچیز است.

۱۰- نتیجه‌گیری

نتایج نشان داد با وجود اثر مثبت توریسم مذهبی در کسب و کار منطقه وضعیت پاندمی و شیوع کووید ۱۹ باعث تغییرات مختلف و متعددی در کسب و کارهای محله شد. کسب و کارهای مرتبط با امام زاده و فروشندگان وسایل و اجناس مذهبی بیشتر از سایر کسبه ها آسیب دیده بودند. بخشی از این کسبه در حال تغییر اجناس مغازه و در حقیقت تغییر شغل بودند و بخشی نیز

که در مغازه های استیجاری به کسب و کار مشغول بودند آن را تعطیل کردند. در این مشاغلی که مواد غذایی و اجناس مرتبط با نیازهای شهروندان را ارائه می‌کردند کماکان مشغول فعالیت بودند. اما برخی از این مشاغل بخش تحویل اجناس را راه اندازی کرده بودند و تلاش می‌کردند تا به صورت تلفنی سفارشات را گرفته و از طریق پیک موتوری آن را به مشتریان ارائه دهند. در کنار این فروشندگان لوازم آرایشی و لوزام الکتریکی، به سمت فروش اینترنتی رفته و تلاش می کردند تا از امکان فضای مجازی، سایت و شبکه‌های اجتماعی مجازی برای کالاهای خود بازاریابی نمایند. هر چند این تلاش ها در عمل نتوانسته بود رضایت صاحبان کسب و کار را تامین نماید.

اقتصاد توریسم به شدت تحت تأثیر همه‌گیری کرونا قرار گرفته است که آسیب بی سابقه ای به بخش توریسم وارد شده است. هر چند تدابیری برای مهار گسترش آن اتخاذ شده که شامل؛ رفع محدودیت های سفر، بازگرداندن اعتماد مسافران و باز کردن کسب و کارها بوده است. اما در برخی کشورها از جمله ایران اثر منفی این همه‌گیری بر کسب و کارهای مرتبط با توریسم هنوز دامن کسبه را رها نکرده است. به طور کلی این همه‌گیری بر برخی کسب و کارها آسیب‌های جبران‌ناپذیری وارد کرد و حتی بعد از اتمام همه‌گیری هنوز برخی از کسب و کارها نتوانستند خود را احیا کنند. بر همین اساس در ایران برخی کسب و کارها حتی با وجود اتمام دوره همه‌گیری نتوانستند به شرایط قبل از همه‌گیری بازگردند و در روند رشد آنها بهبودی حاصل نشد. هرچند در بسیاری از کشورهای توسعه یافته مشاغل مرتبط با توریسم و کسب و کارهای مرتبط با آن به سرعت خود را احیا کردند، اما در کشور ایران شرایط ناپایدارتری تجربه شد و بسیاری از کسب و کارها به ویژه کسب و کارهای مرتبط با توریسم مانند صنعت رستوران و هتل‌داری در رکود ماندند و تورم فزاینده اقتصاد جامعه مانع بهبود وضعیت کلی کسب و کارها شد. بدون شک روند همه‌گیری ارتباط مستقیمی با رکود اقتصادی داشت، از طرفی همه‌گیری باعث رکود مشاغل و کسب و کارها شد و از طرف دیگر این رکود زمینه‌ای برای تورم پایدار و استمرار رکود در سال‌های بعد از کرونا شد. دقیقاً به همین دلیل توصیف شرایط کنونی کسب و کارهای امام‌زاده صالح تجریش با وجود اثر مثبت امامزاده در اقتصاد منطقه از چنین وضعیتی ناشی می‌شود. به اذعان کسبه‌های این منطقه هنوز شرایط رکود بر بازار کسب و کارهای امام‌زاده

صالح حکمفرماست و وضعیت قابل قبولی در زمینه درآمدی ندارند. همچنین بر اساس نتایج آماری نیز میزان فروش کسب و کارها، تعداد مشتریان کسب و کار یا گردشگران، تعداد افراد به کار گرفته شده در کسب و کارها، میزان سرمایه در گردش، میزان تنوع فعالیت‌های کسب و کارها و میزان سودآوری کسب و کارها روند نزولی داشته و متقابلاً تعدیل نیرو و میزان اجاره بها روند رو به رشدی را تجربه کرده است. بنابراین رکودی که از نتیجه همه‌گیری شدت پیدا کرد، به شکل مستمری ادامه یافته و وضعیت کلی کسب و کارهای امامزاده صالح وضعیت قابل قبولی به نظر نمی‌رسد.

شواهد جهانی نشان می‌دهد که بسیاری از کشورهای فقیر و کمتر توسعه یافته از توریسم برای توسعه خود بهره‌برده‌اند و با این پدیده وضعیت مردم و کشور خود را متحول کرده‌اند. جدای از پتانسیل‌ها و قابلیت‌های تاریخی و طبیعی کشور، زیرساخت‌های عظیم مذهبی کشور، مانند امامزادگان و اماکن مذهبی همگی پتانسیل بالایی برای جذب گردشگران خارجی دارد و برای نمونه امامزاده صالح تجریش پتانسیلی عظیم برای رونق کسب و کارهای مجاور این مکان مذهبی است که به اذعان اغلب کسب و کارهای مجاور، هنوز از ظرفیت‌های اقتصادی این فضاها استفاده مورد انتظاری نشده است. بنابراین لازم است سیاستگذاران خرد و کلان کشور ضمن تمرکز بر پدیده توریسم، نگاه ویژه‌ای به توریسم مذهبی در کشور داشته باشند، تا از این طریق بتوان بسیاری از کاستی‌های موجود را جبران کرد.

منابع

۱. ابراهیمی، مهدی؛ ضرغام بروجنی، حمید و سخندان، الناز (۱۳۹۵). ارزیابی عملکرد فرآیند مدیریت بحران مقصدهای گردشگری. **مطالعات مدیریت راهبردی**، (۲۸).

۲. ایمانی خوشخو، محمد حسین و علیزاده، ولی (۱۳۹۲). اقتصاد گردشگری (مروری بر پیشینه تحقیق در خارج و داخل). **گردشگری اوقات فراغت**، (۱).

۳. جوان امانی، ودود و اکبری، حمید (۱۴۰۰). بررسی وضعیت رقابت پذیری گردشگری ایران در دوران کرونا با استفاده از روش تحلیل ساختاری (جامعه میزبان: ساکنین شهر رامسر). **فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری**، (۳۹).

۴. دادورخانی، فضیله و موسوی، سمیه سادات (۱۴۰۱). تحلیل پیامدهای همه گیری کرونا بر اقتصاد روستایی. **پژوهش های جغرافیای انسانی**، (۱).

۵. داوری نژاد مقدم، مسعود و مزینانی، وحید (۱۳۹۳). گردشگری مذهبی و تاثیر آن بر اقتصاد شهر مشهد. **همایش بین المللی علمی-راهبردی توسعه توریسم جمهوری اسلامی ایران: چالش ها و چشم‌اندازها**، (۱).

۶. دهدهجانی، جواد؛ خلیلی، حسین و میرزا ابوالقاسمی، محمد صادق (۱۳۹۸). راهبردهای توسعه توریسم مذهبی مطالعه موردی: حرم مطهر حضرت بیبی حکیمه (س). **فصلنامه علمی گردشگری شهری**، (۴).

۷. رحیمی، فرشته (۱۴۰۱). بررسی تأثیر ویروس کرونا (COVID۱۹) بر توسعه اقتصادی صنعت گردشگری. **فصلنامه اقتصاد کاربردی**، (۴۰).

۸. طاهری نمهیل، ابراهیم (۱۳۹۲). بررسی پیامدهای ویروس کرونا بر اقتصاد ایران و جهان. **حکمرانی متعالی**، (۲).

۹. کشتکار، علیرضا؛ راعی دهقی، مسعود و توسلی نائینی، منوچهر (۱۴۰۲). بررسی فقهی حقوقی گردشگری مذهبی و آثار اقتصادی آن. **فصلنامه مطالعات فقه اقتصادی**، (۲).

۱۰. لوافان، علی (۱۴۰۰). آسیب شناسی تاثیر بحران ها به ویژه بحران تغییرات اقلیمی بر توسعه پایدار صنعت گردشگری. **کنفرانس بین المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی**، (۳).

۱۱. محمودی، حمیده؛ قاسمی، مریم و شایان، حمید (۱۳۹۴). واکاوی اثرات توریسم مذهبی بر توسعه اقتصادی سکونتگاه های روستایی مورد مطالعه: حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد. **فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک**، (۲۰).

۱۲. مسائلی، ارشک؛ سیف، یزدان؛ رحیمی، علیرضا و پورعزیزی، علی (۱۴۰۱). تاثیرات کرونایی بخش توریسم در تقاضای اقتصاد کلان ایران. **فصلنامه علمی پژوهشی توریسم و توسعه**، (۲).
۱۳. منتی، حسین (۱۳۹۹). بررسی اثرات ویروس کرونا کووید ۱۹ بر اقتصاد جهانی. **فصلنامه علمی تخصصی ارزیابی تاثیرات اجتماعی**، (۲).
۱۴. مهرگان صومعه سرایی، بتول؛ آزاد غلامی خسمخی، فریدون و مهرگان صومعه سرایی، علیرضا (۱۴۰۱). تحلیل نقش گردشگری مذهبی در توسعه شهری (مطالعه موردی: اماکن مذهبی شهر رشت). **مهندس جغرافیایی سرزمین**، (۲).
۱۵. موید فر، سعیده (۱۳۹۷). ارزیابی فضاهای گردشگری شهر یزد با تاکید بر بحران های گردشگری. **فصلنامه گردشگری شهری**، (۴).
۱۶. یاوری گهر، فاطمه و منصوری موید، فرشته (۱۳۹۶). مدیریت بحران در صنعت گردشگری. **فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری**، (۴۰).

۱۷. Budovich, Sergeevna L. (۲۰۲۳). The impact of religious tourism on the economy and tourism industry. **HTS Teologiese Studies / Theological Studies**, ۷۹.
۱۸. Mróz, Franciszek (۲۰۲۱). The impact of COVID-۱۹ on pilgrimages and religious tourism in Europe during the first six months of the pandemic. **Journal of Religion and Health**, ۶۰.
۱۹. Raj, R. and Griffin, K. (۲۰۲۰). Reflecting on the impact of Covid-۱۹ on religious tourism and pilgrimage. **International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage**, ۸.

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ۳۹٤-۳۷٦
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

شناسایی و تحلیل ابعاد مدل توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا در شرکت‌های دانش‌بنیان استان گلستان

مژگان سمیعی[۱]
بهزاد شهرابی[۲]
سعید بقایی[۳]

(تاریخ دریافت۱۴۰۴/۸/۲۶ - تاریخ تصویب ۱۴۰۵/۵/۱۴)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
هدف پژوهش حاضر شناسایی و تحلیل ابعاد مدل توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا بود. این پژوهش به صورت توصیفی و آمیختهٔ اکتشافی(کیفی-کمی) انجام شده است. مشارکت‌کنندگان شامل ۱۰ خبره دانشگاهی حوزه بازاریابی بودند که به روش گلوله برفی انتخاب شدند. جامعه

[۱]- گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.
[۲]- گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران. (نویسنده مسئول)
b.shahrabi@iau.ac.ir
[۳]- استادیار، گروه مدیریت و حسابداری، موسسه آموزش عالی شرق گلستان، گنبدکاووس، ایران.

آماری در شامل تعداد ۲۰۰ نفر از مدیران و کارشناسان فروش شرکت‌های دانش‌بنیان استان گلستان بود و نمونه آماری بر اساس جدول کرجسی و مورگان ۱۳۲ نفر بود که به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب گردیدند. نتایج نشان داد ابعاد مدل شامل(توانایی دیجیتال کارکنان، مدیریت ارتباطات دیجیتال، رویکرد دیجیتال‌محور، اعتمادسازی دیجیتال، حریم شخصی و امنیت، سواد دیجیتال مشتریان، زیرساخت دیجیتال شرکت، تعهد و حمایت مدیریت، زیرساخت دیجیتال کشور و قوانین و سیاست‌های دیجیتال) می‌باشد که به ترتیب به میزان ۰/۳۱۹، ۰/۳۱۲، ۰/۳۰۷، ۰/۳۱۰، ۰/۳۲۶، ۰/۳۰۳، ۰/۳۲۴، ۰/۳۱۵، ۰/۳۳۱ و ۰/۳۱۳ در مدل توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا تاثیر دارند.

کلید واژه‌ها: توسعه بازار، بازاریابی، درونگرا، دانش‌بنیان.

مقدمه

در عصر حاضر توسعه بازار به عنوان یکی از جنبه‌های حیاتی مدیریت استراتژیک در شرکت‌ها، فرآیندی سیستماتیک برای افزایش سهم بازار، جذب مشتریان جدید و بهبود رقابت‌پذیری محصولات یا خدمات محسوب می‌شود(ناندیپاتی[۱] و همکاران،۲۰۲۵). یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت توسعه بازار هر شرکتی، بازاریابی آن شرکت است که امروزه با گسترش ابزارهای دیجیتال، تحت تأثیر قرار گرفته است(اله‌وردی و لندران اصفهانی،۱۴۰۱). این امر زمینه‌ساز ظهور مبحث جدیدی در بازاریابی به نام بازاریابی درونگرا شده است(غفورپور و همکاران،۱۳۹۸). بازاریابی درونگرا با ایجاد ارتباط هوشمند با مشتریان، آنها را به سمت محصولات یا خدمات شرکت‌ها هدایت می‌کند(هاریکریشنان و وینیس کومار[۲]،۲۰۲۲). یکی از انواع شرکت‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان هستند که شواهد نشان می‌دهند که روند توسعه بازار در آنها، چندان امیدوارکننده نیست(روحانی راد و طیبی ابوالحسنی ،۱۳۹۹). اکنون شرکت‌های دانش‌بنیان در ایران نیز رواج گسترده‌ای داشته‌اند و توسعه بازار یکی از چالش‌های این شرکت‌ها می‌باشد، از

---

[۱]- Nandipati

[۲] -Harikrishnan & Vinith Kumar

اینرو توجه به بازاریابی درونگرا در این شرکت‌ها دارای اهمیت است(علی‌پور ارجستان و همکاران،۱۴۰۳). در حال حاضر ۸۰ شرکت دانش‌بنیان در استان گلستان مشغول به فعالیت هستند و از آنجا که شناخت ابعاد توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا موضوعی است که سابقه تحقیق چندانی در کشور و به ویژه استان گلستان ندارد، هدف پژوهش حاضر شناسایی و تحلیل ابعاد مدل توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا در شرکت‌های دانش‌بنیان استان گلستان است.

پیشینه پژوهش

پیشینه نظری

توسعه بازار به عنوان یکی از رویکردهای حیاتی برای افزایش سهم بازار و جذب مشتریان جدید در نظر گرفته می‌شود. این استراتژی به فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان امکان می‌دهد تا با ورود به بازارهای جدید، دامنه نفوذ خود را گسترش دهند و از فرصت‌های تازه بهره‌برداری کنند. این رویکرد نه تنها به افزایش فروش محصولات فعلی کمک می‌کند، بلکه کسب‌وکارها را قادر می‌سازد تا با کاهش وابستگی به بازارهای اشباع شده، ریسک‌های تجاری خود را مدیریت کنند(محققی و همکاران،۱۴۰۳). بازاریابی درونگرا، به عنوان یک مفهوم، یک راه دوستانه برای تامین راه حل‌ها، برای مشکلات مختلفی است که مشتریان احتمالی در زندگی روزمره خود با آن مواجه هستند(خواجوی و همکاران،۱۴۰۱). بازاریابی درونگرا برای جذب مشتریان به محصولات و خدمات شرکت از طریق بازاریابی محتوایی، بازاریابی شبکه‌های اجتماعی و بهینه‌سازی موتور جستجو می‌باشد (حبیبی و ابراهیمی،۱۳۹۸). مهمترین تفاوت بین بازاریابی درونگرا و برونگرا، این است که در بازاریابی درونگرا، بازاریاب اطلاعات و تبلیغات را به سمت مشتری احتمالی هل نمی‌دهد، اما در عوض، از مشتری برای جستجوی اطلاعات بیشتر در مورد خواسته‌های آنها، اطلاعاتی بدست می‌آید (حیدرزاده و همکاران ،۱۴۰۱).

پیشینه تجربی

طاهری‌فرد و همکاران(۱۴۰۳) در تحقیقی با عنوان ارائه الگوی بومی افزایش سهم بازار در صنایع لبنی ایران، نشان دادند این الگو شامل شرایط علی (بازاریابی داخلی، مدیریت چرخه عمر محصول، جذابیت بازار، آمیخته بازاریابی، استراتژی رقابتی و برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری)،

عوامل زمینه‌ای (ویژگی مشتریان، محیط رقابتی و تلاطم بازار)، پدیده محوری (استراتژی توسعه سهم بازار)، راهبردها و اقدامات (مدیریت سهم بازار، پیشبرد فروش، تبلیغات، رقابت، ارزش ویژه برند و تقسیم بازار)، عوامل مداخله‌گر (مدیریت ریسک و مزیت رقابتی پایدار) و پیامدها (تثبیت موقعیت برند، سودآوری، قدرت چانه‌زنی و افزایش سهم بازار) می‌باشد. محققی و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان ارائه مدل توسعه بازار صنعت آجرنما در ایران، نشان دادند عوامل تنوع در طرح و رنگ، تنوع در سایز، تحویل سفارش در محل، کیفیت برتر محصول، رعایت استانداردهای تولید، ارتباط اثربخش با مشتریان صنعتی و مصرفی، شو روم مجهز و مدرن و شرایط پرداخت منعطف در سطح یک و به عنوان تأثیرپذیرترین عوامل توسعه بازار صنعت آجرنما محسوب می‌شوند. صدرایی و همکاران(۱۴۰۳) در تحقیقی با عنوان ارائه مدل توسعه بازار فینتک با تأکید بر چالش‌ها و استراتژی‌های موجود، نشان دادند چالش‌های توسعه بازار فینتک شاملِ زیرساخت ناکافی، موانع رگولاتوری و قانون‌گذاری، دشواری کار با مردم/مشتری عمومی، بی‌اعتمادی به فناوری و فینتک، سطوح پایین درآمد و چالش‌های قیمت‌گذاری محصول، موانع فرهنگی هستند. همچنین، استراتژی‌های توسعه بازار فینتک شاملِ مشارکت جامعه در فرآیند بازاریابی،استفاده از شبکه‌های اجتماعی، تبلیغات هوشمند و بهینه، تولید محتوای مفید و ارزشمند، برندسازی، انطباق استراتژی‌های ارتباطی با ماهیت بازار فینتک، بخش‌بندی جغرافیایی و فرهنگی بازار و نیز آموزش به مشتری، می‌باشد. نادری و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان ارائه مدل توسعه بازار محصولات غذایی سالم و ارگانیک، نشان دادند در توسعه بازار محصولات سالم و ارگانیک سه دسته شرایط علی (شامل عوامل شناختی، عوامل رفتاری- انگیزشی، عوامل مدیریتی)، عوامل زمینه‌ای (شامل عوامل زیرساختی- فناورانه، فرهنگی و وضعیت اقتصادی جامعه هدف) و عوامل مداخله‌گر (شامل عوامل سیاستی- قانونی و عوامل نظارتی) دخیل هستند. همچنین راهبردهای اتخاذ شده در سه دسته (شامل عوامل بازاریابی، نحوه تبلیغات و اطلاع‌رسانی و عوامل اعتمادسازی و پاسخگویی) دسته‌بندی شدند که دارای پیامدهایی (از قبیل اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی) بودند. احمدزاده و همکاران(۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان ارائه الگوی توسعه بازارهای بین‌المللی (نمونه‌کاوی: محصولات پتروشیمی)، نشان دادند عوامل قیمتی، گروه‌های اثرگذار، توانمندی مدیر صادرات،

عوامل جغرافیایی، شرایط کشور میزبان، شرایط رقابتی، عوامل تولید، شرایط محصول و در نهایت، استراتژی و وضعیت شرکت به‌عنوان عوامل علّی شناسایی شدند. علاوه بر این، پنج عامل کلان اقتصادی، سیاست‌های دولتی، قوانین صادراتی، عوامل مربوط به صنعت و مشکلات کلان صادرات شرایط زمینه‌ای بودند. سه راهبرد رهبری تکنولوژی، رهبری بازار و رهبری هزینه نیز در دستهٔ راهبردها قرار گرفتند. روحانی‌راد و طیبی ابوالحسنی(۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان بررسی الزامات ورود موفق به بازار برای شرکت‌های دانش‌بنیان نوپا، نشان دادند الزامات ورود موفق شرکت‌های مزبور به بازار به ترتیب ابعاد سازمانی، عوامل محیطی و فردی می‌باشند. همچنین رتبه‌بندی مؤلفه‌ها بیانگر اهمیت بیشتر مؤلفه‌های توانمندی‌های استراتژیک، توانمندی بازاریابی و فروش و منابع انسانی در بُعد سازمانی؛ مؤلفه‌های نهادهای حمایتی، عوامل اجتماعی، عوامل سیاسی اقتصادی و فناوری در بُعد عوامل محیطی و مؤلفه‌های فردی ذهنی مدیر، فردی شخصیتی مدیر و بین فردی مدیر در بُعد فردی می‌باشد. اولنا[۱] و همکاران(۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان تدوین استراتژی بازاریابی برای رشد مالی بنگاه اقتصادی، نشان دادند مشتریان به طرز چشمگیری تغییر کرده‌اند و به نگرش شخصی و پس از آن به کیفیت کالا، قیمت - شاخص‌های معمول علاقه‌مند هستند. فالیلاس[۲] و همکاران(۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان توسعه بازار برای محصولات بومی آفریقا، نشان دادند بازارها می‌توانند از طریق سیستم‌های بازاریابی درون‌زا توسعه یابند، زیرا معامله‌گران با محصولات آشنا هستند و هنگامی که بازارها در مناطق با دسترسی آسان اشباع می‌شوند، از استفاده از آنها در مناطق جدید بازار حمایت می‌کنند.

در ارتباط با نوآوری پژوهش نسبت به پیشینه می توان عنوان نمود که بررسی سوابق پژوهشی پیرامون موضوع مورد بحث؛ علاوه بر ایجاد فرصت استفاده از نتایج و یافته های آنها در حوزه علمی و عملی گویای آن است که تاکنون پژوهشی با هدف شناسایی و تحلیل ابعاد مدل توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا و به ویژه در شرکت‌های دانش‌بنیان استان گلستان صورت نگرفته است. همین مسئله وجه تمایز تحقیق حاضر را در مقایسه با مطالعات پیشین نشان می دهد.

---

[۱]- OLENA

[۲]- Falylath

روش شناسی پژوهش

این پژوهش به صورت توصیفی و با رویکرد آمیخته اکتشافی (کیفی- کمی) صورت گرفته است. بخش کیفی پژوهش با استفاده از روش دلفی و بخش کمی پژوهش با روش معادلات ساختاری انجام شده است. جامعه مورد مطالعه پژوهش در بخش کیفی ۱۰ نفر از خبرگان دانشگاهی که دارای ویژگی‌هایی نظیر تجربه، تناسب رشته تحصیلی، مدرک تحصیلی، سابقه پژوهشی و تألیفی در این زمینه بودند که به روش گلوله برفی انتخاب گردیدند. جامعه آماری بخش کمی شامل تعداد ۲۰۰ نفر از مدیران و کارشناسان فروش شرکت‌های دانش‌بنیان استان گلستان می‌باشد که بر اساس جدول کرجسی و مورگان، ۱۳۲ نفر به عنوان نمونه آماری به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. داده‌های مورد نیاز در مرحله کیفی از طریق مطالعات کتابخانه‌ای، یعنی بررسی پیشینه تحقیق و همچنین از طریق روش میدانی یعنی انجام مصاحبه ساختار یافته و در مرحله کمی از طریق توزیع یک پرسشنامه محقق ساخته حاوی دو بخش جمع آوری شده است. نخست بخش جمعیت شناختی که شامل سؤالاتی پیرامون جنسیت، سطح تحصیلات بوده و بخش دوم، حاوی پرسش‌های مربوط به متغیرهای استخراج شده مرحله اول پژوهش (فاز کیفی) می‌باشد. این پرسشنامه از نوع بسته بوده و در مقیاس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (از کاملاً موافقم= ۵ تا کاملاً مخالفم= ۱) تنظیم گردیده است. برای سنجش روایی و پایایی مرحله کیفی از معیارهای لینکولن و گوبا[۱] (۱۹۸۲) استفاده شد. در این تحقیق قابلیت اعتبار از طریق بررسی توسط خبرگان صورت گرفت. به این ترتیب که در چند مورد پس از انجام و پیاده‌سازی مصاحبه اولیه نیمه باز به همراه تحلیلی از مصاحبه در اختیار فرد مصاحبه شونده قرار گرفت تا از صحت اطلاعات به دست آمده در مصاحبه اطمینان حاصل شود. برای معیار قابلیت ثبات به این منظور سعی شد تا با تهیه شواهد و مدارک کافی در خصوص عوامل موثر بر توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا به گونه‌ای مشروح و دقیق، رویه‌های مورد مطالعه، زمینه و شرایط پژوهش توصیف گردد. در واقع سعی شد کلیه فعالیت‌های صورت گرفته شامل مراحل

---

[۱]- Lincoln and Guba

کار و چگونگی گردآوری و تحلیل داده‌ها به دقت ثبت شوند. در راستای قابلیت انتقال این معیار به کاربردهای نتایج حاصل از پژوهش اشاره دارد و در راستای اعتبار بیرونی عمل می‌کند و در خصوص قابلیت تایید بدین معناست که نتایج حاصل از پژوهش توسط استاد یا محقق که نقش راهنمای کار را بر عهده دارد مورد تأیید و صحت قرار بگیرد. این امر به این جهت انجام می شود که ممکن است فرآیند تحقیق توسط ادراکات شخصی پژوهش‌گر تحت تأثیر قرار گیرد. در مرحله کمی نیز برای سنجش پایایی از آزمون‌های ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (**CR**) و برای روایی همگرا از جذر میانگین واریانس استخراج شده (**AVE**) و روایی واگرا از روش فایسال[1] و همکاران (۲۰۰۶) استفاده شده است. بدین صورت که برای هر یک از متغیرها، ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (**CR**) در جدول ۷ و مقادیر جذر میانگین واریانس استخراج شده (**AVE**) در جدول ۸ و ماتریس همبستگی در جدول ۹ بیان شده است. برای برازش مدل از معیارهای Q^2 و R^2 استفاده شده است. این معیارها طبق اعداد مندرج در جدول ۱۰ آورده شده است. در نهایت، تجزیه و تحلیل داده ها بر مبنای آمار توصیفی و آمار استنباطی صورت گرفته است. بدین صورت که در بخش داده‌های جمعیت شناختی، از آمار توصیفی با نرم افزار **SPSS** نسخه ۲۲ بهره گرفته شده است. برای برازش مدل مورد مطالعه نیز، از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر با نرم‌افزار **SmartPLS۳** استفاده شده است. چرا که این مدل این امکان را به پژوهشگر می‌دهد تا روایی سازی و برازش کلی مدل را به صورت کامل انجام داده و از قابل اتکا بودن یا نبودن مدل مفهومی آگاهی یابد.

یافته‌های پژوهش

پیش از ورود به بخش تجزیه و تحلیل یافته‌ها، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی اعضای نمونه توصیف می‌گردد. ویژگی جمعیت‌شناختی نمونه مورد مطالعه بخش کیفی و نمونه آماری بخش کمی به ترتیب در جداول ۱ و ۲ ارائه گردیده است.

---

[1] Faisal

جدول ۱- ویژگی جمعیت شناختی نمونه آماری در بخش کیفی

ردیف	محل فعالیت	تحصیلات	رشته تحصیلی
۱	دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول	دکتری	مدیریت بازرگانی
۲	دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول	دکتری	مدیریت بازاریابی
۳	دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول	دکتری	مدیریت دولتی
۴	دانشگاه گلستان	دکتری	مدیریت بازرگانی
۵	دانشگاه گلستان	دکتری	مدیریت بازرگانی
۶	دانشگاه آزاد اسلامی آزادشهر	دکتری	مدیریت بازرگانی
۷	دانشگاه آزاد اسلامی آزادشهر	دکتری	مدیریت بازرگانی
۸	دانشگاه گنبدکاووس	دکتری	کارآفرینی
۹	دانشگاه آزاد اسلامی گرگان	دکتری	مدیریت بازاریابی
۱۰	دانشگاه آزاد اسلامی گرگان	دکتری	مدیریت بازرگانی

جدول ۲- ویژگی جمعیت شناختی نمونه آماری در بخش کمی

ویژگی	شرح	تعداد
جنسیت	مرد	۱۰۵
	زن	۲۷
میزان تحصیلات	کارشناسی	۹۷
	کارشناسی ارشد	۲۸
	دکتری	۱۰
	مجموع	۱۳۲ نفر

پس از بررسی پیشینه و انجام مصاحبه با خبرگان به روش دلفی، ابعاد پژوهش استخراج گردیدند. سپس این ابعاد جهت تأیید، مجدداً در اختیار خبرگان قرار گرفتند (جدول ۳).

جدول ۳-خلاصه‌سازی ابعاد استخراج شده از خبرگان

ابعاد	مصاحبه شونده ۱	مصاحبه شونده ۲	مصاحبه شونده ۳	مصاحبه شونده ۴	مصاحبه شونده ۵	مصاحبه شونده ۶	مصاحبه شونده ۷	مصاحبه شونده ۸	مصاحبه شونده ۹	مصاحبه شونده ۱۰
توانایی دیجیتال کارکنان	+	+	+	+			+	+	+	+
تعهد و حمایت مدیریت	+	+	+	+		+	+	+	+	
مدیریت ارتباطات دیجیتال	+		+	+	+	+			+	
رویکرد دیجیتال‌محور	+	+		+				+	+	+
زیرساخت دیجیتال شرکت			+	+	+		+	+	+	
اعتمادسازی دیجیتال		+	+		+	+	+		+	
زیرساخت دیجیتال کشور	+	+	+	+			+	+	+	
حریم شخصی و امنیت	+		+	+	+	+			+	
قوانین و سیاست‌های دیجیتال	+	+		+		+		+	+	+
سواد دیجیتال مشتریان	+		+	+			+	+	+	

نتایج حاصل از جدول ۳ نشان داد که ابعاد توسط مصاحبه شوندگان حداقل شش بار و حداکثر تا ده بار مورد اشاره و تاکید قرار گرفتند. اکنون بر اساس ابعاد شناسایی شده، پرسشنامه محقق ساخته تنظیم می شود تا بتوان فرضیه‌های ذیل را بررسی کرد.

۱-توانایی دیجیتال کارکنان بر توسعه بازار بر بازاریابی درونگرا در شرکت‌های دانش‌بنیان تاثیر معنی داری دارد.

۲- تعهد و حمایت مدیریت بر توسعه بازار بر بازاریابی درونگرا در شرکت‌های دانش‌بنیان تاثیر معنی داری دارد.

۳- مدیریت ارتباطات دیجیتال بر توسعه بازار بر بازاریابی درونگرا در شرکت‌های دانش‌بنیان تاثیر معنی داری دارد.

۴- رویکرد دیجیتال‌محور بر توسعه بازار بر بازاریابی درونگرا در شرکت‌های دانش‌بنیان تاثیر معنی داری دارد.

۵- زیرساخت دیجیتال شرکت بر توسعه بازار بر بازاریابی درونگرا در شرکت‌های دانش‌بنیان

تاثیر معنی داری دارد.

۶- اعتمادسازی دیجیتال بر توسعه بازار بر بازاریابی درونگرا در شرکت‌های دانش‌بنیان تاثیر معنی داری دارد.

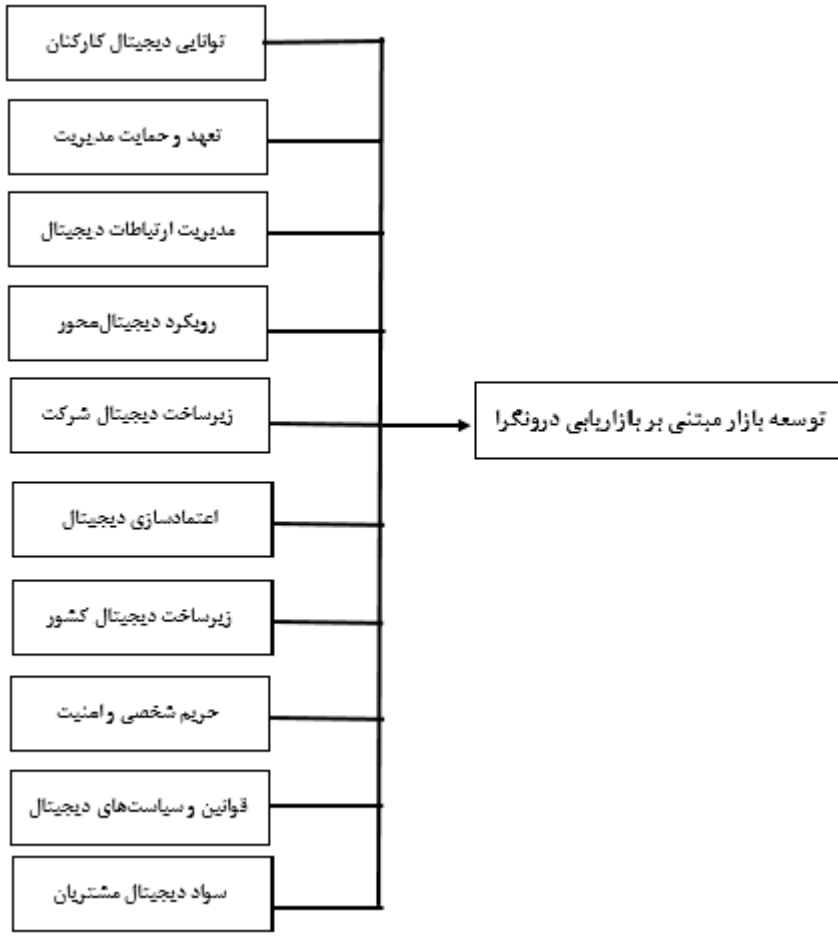
۷- زیرساخت دیجیتال کشور بر توسعه بازار بر بازاریابی درونگرا در شرکت‌های دانش‌بنیان تاثیر معنی داری دارد.

۸- حریم شخصی و امنیت بر توسعه بازار بر بازاریابی درونگرا در شرکت‌های دانش‌بنیان تاثیر معنی داری دارد.

۹- قوانین و سیاست‌های دیجیتال بر توسعه بازار بر بازاریابی درونگرا در شرکت‌های دانش‌بنیان تاثیر معنی داری دارد.

۱۰- سواد دیجیتال مشتریان بر توسعه بازار بر بازاریابی درونگرا در شرکت‌های دانش‌بنیان تاثیر معنی داری دارد.

با توجه به فرضیه های فوق، مدل مفهومی این پژوهش به صورت شکل ۱ ترسیم شد.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

جدول ٤- پایایی متغیرها

ابعاد	ضریب آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی
اعتمادسازی دیجیتال	۰/۷۷۵	۰/۸۹۸
تعهد و حمایت مدیریت	۰/۷۸۳	۰/۸۶۳
توانایی دیجیتال کارکنان	۰/۷۲۰	۰/۸۷۷
توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا	۰/۸۹۷	۰/۹۱۶
حریم شخصی و امنیت	۰/۷۲۶	۰/۸۷۹
رویکرد دیجیتال‌محور	۰/۷۱۹	۰/۸۷۷
زیرساخت دیجیتال شرکت	۰/۷۶۶	۰/۸۵۶
زیرساخت دیجیتال کشور	۰/۷۲۵	۰/۸۳۵
سواد دیجیتال مشتریان	۰/۷۵۸	۰/۸۵۴
قوانین و سیاست‌های دیجیتال	۰/۷۱۰	۰/۷۹۰
مدیریت ارتباطات دیجیتال	۰/۷۱۳	۰/۸۷۴

با توجه به اینکه مقادیر قابل قبول برای ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، ۰/۷ است(آذر و خسروانی،۱۳۹۸). مطابق با جدول ۴، پایایی متغیرها تأیید می‌شود.

جدول ٥- روایی همگرا

ابعاد	میانگین واریانس استخراجی
اعتمادسازی دیجیتال	۰/۸۱۵
تعهد و حمایت مدیریت	۰/۷۵۹
توانایی دیجیتال کارکنان	۰/۷۸۱
توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا	۰/۵۲۴
حریم شخصی و امنیت	۰/۷۸۴
رویکرد دیجیتال‌محور	۰/۷۸۱
زیرساخت دیجیتال شرکت	۰/۷۴۸
زیرساخت دیجیتال کشور	۰/۷۱۸
سواد دیجیتال مشتریان	۰/۷۴۵
قوانین و سیاست‌های دیجیتال	۰/۶۵۶
مدیریت ارتباطات دیجیتال	۰/۷۷۷

هم‌چنین مقدار قابل قبول برای میانگین واریانس استخراج شده، ۰/۵ است(آذر و خسروانی،۱۳۹۸). مطابق با جدول ۵، روایی متغیرها همگرا تأیید می‌شود.

جدول ٦- روایی واگرا

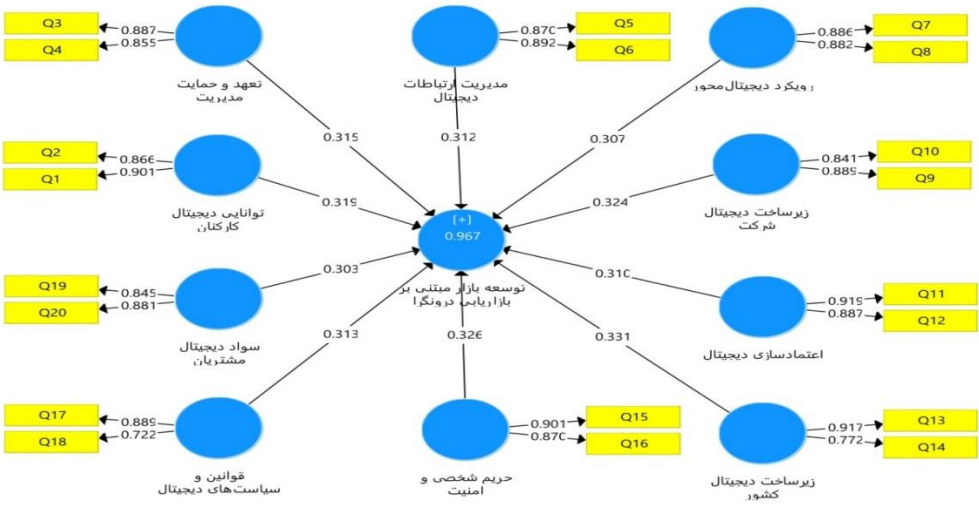
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
اعتمادسازی دیجیتال	۰/۹۰۳										
تعهد و حمایت مدیریت	۰/۵۸۳	۰/۸۷۱									
توانایی دیجیتال کارکنان	۰/۴۵۱	۰/۶۰۵	۰/۸۸۴								
توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا	۰/۷۷۷	۰/۸۰۸	۰/۶۳۱	۰/۷۲۴							
حریم شخصی و امنیت	۰/۵۷۱	۰/۶۲۷	۰/۴۵۰	۰/۶۷۳	۰/۸۸۵						
رویکرد دیجیتال‌محور	۰/۶۰۳	۰/۶۵۱	۰/۵۳۰	۰/۷۰۶	۰/۵۳۱	۰/۸۸۴					
زیرساخت دیجیتال شرکت	۰/۶۲۷	۰/۶۵۷	۰/۵۰۱	۰/۵۵۶	۰/۷۲۶	۰/۶۶۳	۰/۸۶۵				
زیرساخت دیجیتال کشور	۰/۷۴۰	۰/۶۷۶	۰/۵۰۷	۰/۶۳۹	۰/۶۹۸	۰/۶۸۵	۰/۶۹۹	۰/۸۴۸			
سواد دیجیتال مشتریان	۰/۵۶۰	۰/۵۷۸	۰/۳۱۱	۰/۵۲۹	۰/۵۹۶	۰/۶۰۷	۰/۶۶۵	۰/۷۰۸	۰/۸۶۳		
قوانین و سیاست‌های دیجیتال	۰/۵۹۵	۰/۶۴۰	۰/۴۹۱	۰/۶۹۳	۰/۵۴۰	۰/۶۵۶	۰/۶۵۳	۰/۵۹۵	۰/۶۳۷	۰/۸۱۰	
مدیریت ارتباطات دیجیتال	۰/۶۷۱	۰/۷۱۱	۰/۴۵۷	۰/۷۰۸	۰/۵۲۹	۰/۶۶۱	۰/۶۱۴	۰/۶۰۵	۰/۴۳۴	۰/۶۱۴	۰/۸۸۱

طبق جدول ۶، اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر می‌باشند بنابراین روایی واگرا قابل قبول است(داوری و رضازاده،۱۳۹۷).همچنین بر اساس جدول ۷ تمامی معیارهای برازش در دامنه مورد قبول، قرار دارند، بنابراین برازش مدل مناسب است.

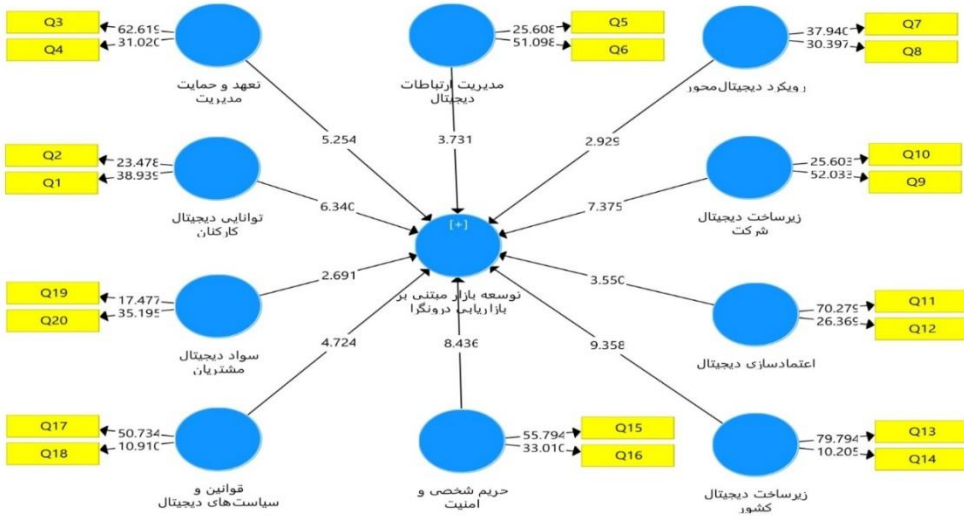
جدول ۷- برازش مدل

ابعاد	شاخص R^2	شاخص Q^2	GoF
اعتمادسازی دیجیتال	-	۰/۳۷۴	۰/۸۴۳
تعهد و حمایت مدیریت	-	۰/۳۶۵	
توانایی دیجیتال کارکنان	-	۰/۳۵۲	
توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا	۰/۹۶۷	۰/۳۹۷	
حریم شخصی و امنیت	-	۰/۳۵۵	
رویکرد دیجیتال‌محور	-	۰/۳۶۹	
زیرساخت دیجیتال شرکت	-	۰/۳۵۹	
زیرساخت دیجیتال کشور	-	۰/۳۶۶	
سواد دیجیتال مشتریان	-	۰/۳۵۱	
قوانین و سیاست‌های دیجیتال	-	۰/۳۸۶	
مدیریت ارتباطات دیجیتال	-	۰/۳۵۰	

پس از تأیید مدل، برای آزمون معناداری مسیرها از دو شاخص ضریب مسیر و **t-value** استفاده شده است. در سطح اطمینان ۹۵ درصد چنانچه مقادیر آمارهٔ **t** بالاتر از ۱/۹۶ باشد، مسیر تائید و در صورت کمتر بودن مسیر رد می‌شود(داوری و رضازاده،۱۳۹۷). در شکل‌های ۱ و ۲، دو حالت ضرایب مسیر و معناداری نشان داده شده است.



شکل ۱- ضرایب مسیر



شکل ۲- ضرایب آمارهٔ t-value

با توجه به اینکه ضرایب مسیر در بازه (۱ و ۱-) و مقادیر **t-value** خارج از بازه (۱/۹۶ و ۱/۹۶-) قرار دارند، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد روابط بین متغیرها تأیید و معنی‌دار شده‌اند(داوری و رضازاده،۱۳۹۷). در جدول ذیل ضرایب مسیر و مقادیر **t-value** آورده شده است.

جدول ۸- نتایج حاصل از یافته‌های تحلیل مسیر

مسیر	ضریب	مقدار t	نتیجه
توانایی دیجیتال کارکنان--- توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا	۰/۳۱۹	۶/۳۴۰	تایید
تعهد و حمایت مدیریت--- توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا	۰/۳۱۵	۵/۲۵۴	تایید
مدیریت ارتباطات دیجیتال--- توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا	۰/۳۱۲	۳/۷۳۱	تایید
رویکرد دیجیتال‌محور--- توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا	۰/۳۰۷	۲/۹۲۹	تایید
زیرساخت دیجیتال شرکت--- توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا	۰/۳۲۴	۷/۳۷۵	تایید
اعتمادسازی دیجیتال--- توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا	۰/۳۱۰	۳/۵۵۰	تایید
زیرساخت دیجیتال کشور--- توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا	۰/۳۳۱	۹/۳۵۸	تایید
حریم شخصی و امنیت--- توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا	۰/۳۲۶	۸/۴۳۶	تایید
قوانین و سیاست‌های دیجیتال--- توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا	۰/۳۱۳	۴/۷۲۴	تایید
سواد دیجیتال مشتریان--- توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا	۰/۳۰۳	۲/۶۹۱	تایید

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

شیوه‌های سنتی بازاریابی به‌ویژه بازاریابی برون‌گرا به دلایل مختلفی از جمله: اشباع تبلیغات، هزینه بالای جذب مخاطب در عصر دیجیتال کنونی اثربخش نبوده و منجر به شکل‌گیری رویکردهای نوین از قبیل بازاریابی درون‌گرا شده است. بازاریابی درون‌گرا به دلیل تطبیق با دنیای دیجیتال کنونی مورد توجه بسیاری از شرکت‌ها واقع شده است. علی‌رغم هزینه‌های سنگین کسب وکارها در بازاریابی درون‌گرا، پیاده‌سازی آن با موفقیت چندانی روبرو نبوده است. یکی از مهم‌ترین دلایل شکست آن، فقدان مدل مناسب در این حوزه است. هدف پژوهش حاضر شناسایی و تحلیل ابعاد مدل توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا در شرکت‌های دانش‌بنیان استان گلستان بود. با توجه به نظرات ۱۰ خبره، ابعاد شناسایی شدند. سپس به منظور تحلیل روابط میان آن‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. یافته‌های بخش کیفی نشان می‌دهد این عوامل شامل توانایی دیجیتال کارکنان، مدیریت ارتباطات دیجیتال، رویکرد دیجیتال‌محور، اعتمادسازی دیجیتال، حریم شخصی و امنیت، سواد دیجیتال مشتریان، زیرساخت دیجیتال شرکت، تعهد و حمایت مدیریت، زیرساخت دیجیتال کشور و قوانین و سیاست‌های دیجیتال) می باشد. همچنین نتایج بخش کمی نشان داد که به ترتیب به میزان ۰/۳۱۹،

۰/۳۱۲، ۰/۳۰۷، ۰/۳۱۰، ۰/۳۲۶، ۰/۳۰۳، ۰/۳۲۴، ۰/۳۱۵، ۰/۳۳۱ و ۰/۳۱۳ در مدل توسعه بازار مبتنی بر بازاریابی درونگرا تاثیر دارند.که با نتایج تحقیق نادری و همکاران (۱۴۰۲) همخوانی دارد. با توجه به نتایج به‌دست آمده از تحقیق، پیشنهاد می شود قوانین و سیاست‌های دیجیتال طوری تدوین و تصویب شوند که فرآیند بازاریابی در شرکت‌های دانش‌بنیان را تسهیل نمایند. همچنین دولت با در اختیار گذاشتن زیرساخت دیجیتال قوی و به روز به شرکتها، آنها را کمک کند.

منابع

- آذر، عادل و خسروانی، فرزانه.(۱۳۹۸). تحقیق در عملیات نرم. انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران.

- احمدزاده، مصطفی، نعامی، عبدالله و هاشمی، سید محمود.(۱۴۰۰). ارائه الگوی توسعه بازارهای بین‌المللی (نمونه‌کاوی: محصولات پتروشیمی). مدیریت بازرگانی،۱۳(۲):۳۸۴-۴۱۱.

- اله وردی، زهرا و لندران اصفهانی، سعید. (۱۴۰۱).بررسی نقش فعالیت بازاریابی رسانه های اجتماعی و تجربه

مشتری بر قصد وفاداری و قصد مشارکت مشتری با در نظر گرفتن نقش میانجی کیفیت رابطه (مورد مطالعه: فروشگاه آنلاین آرایشی و بهداشتی بانی مد). مطالعات مدیریت و توسعه پایدار،۲(۱):۶۵-۹۰.

- خواجوی، مریم ، خیری، بهرام و ودادی، احمد.(۱۴۰۱). ارائه مدل رفتار مصرف کننده با تأکید بر بازاریابی درونگرا و برونگرا(مورد مطالعه: مصرفکنندگان کالاهای زودمصرف در تهران). مدیریت کسب و کار،۵۳(۱):۹۱-۱۱۲.

- حبیبی ، ستار و ابراهیمی، عبدالحمید.(۱۳۹۸). ارائه الگوی عوامل حیاتی موفقیت بازاریابی درونگرا در بازاریابی الکترونیک. تبلیغات و بازاریابی،۱۵(۱):۹۳-۱۰۴.

- حیدرزاده، کامبیز، کوکبی، راضیه و خیری، بهرام.(۱۴۰۱). ارائه مدلی برای بازاریابی درونگرا و برونگرا در بازاریابی دیجیتال. آینده پژوهشی مدیریت،۳۳(۱۲۹).

-داوری، علی و رضازاده، آرش.(۱۳۹۷). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS، انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.

- روحانی راد، شایان و طیبی ابوالحسنی، سیدامیرحسین.(۱۳۹۹). بررسی الزامات ورود موفق به بازار برای شرکت‌های دانش‌بنیان نوپا (موردمطالعه شرکت‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات تهران). مدیریت توسعه فناوری،۸(۱):۱۸۵-۲۲۰.

- صدرایی، سیدمانی، حق شناس کاشانی، فریده و کریمی زند، مهدی.(۱۴۰۳). ارائه مدل توسعه بازار فینتک با تأکید بر چالش‌ها و استراتژی‌های موجود. ارزش آفرینی در مدیریت کسب و کار،۴(۱):۱۹۲-۲۱۴.

- طاهری فرد، لیلا، آسایش، فرزاد و روستا، علیرضا.(۱۴۰۳). ارائه الگوی بومی افزایش سهم بازار در صنایع لبنی ایران با رویکرد کیفی. ارزش آفرینی در مدیریت کسب و کار،۴(۲):۳۰۲-۳۲۲.

- علی پور ارجستان، مرتضی، احمدی شریف، محمود و قربانیان، محمدرضا.(۱۴۰۳). مدل بازاریابی

رویدادی در شرکت‌های دانش بنیان فعال در حوزه گیاهان دارویی و فراورده های طبیعی، مدیریت بازاریابی هوشمند، ۵(۳):۲۵۰-۲۹۸.

- غفورپور، حسن، قصری، فریدون و فلاح، صادق.(۱۳۹۸). تاثیر استراتژی بازاریابی درونگرا بر قصد خرید مشتریان از فروشگاه های اینترنتی. تبلیغات و بازاریابی،۱۶(۱):۱۱-۲۵.

- محققی، مهرپو، نایب زاده، شهناز و داودی رکن آبادی، ابوالفضل.(۱۴۰۳). ارائه مدل توسعه بازار صنعت آجرنما در ایران. مطالعات نوین در مدیریت و سازمان،۱(۲):۱-۱۷.

- نادری، نادر، خسروی، احسان و کرمیان، فرانک.(۱۴۰۲). ارائه مدل توسعه بازار محصولات غذایی سالم و ارگانیک استان کرمانشاه؛ به‌کارگیری رویکرد کیفی نظریه بنیانی. آموزش محط زیست و توسعه پایدار،۱۲(۱).

-Lincoln, Y., & Guba, E. (۱۹۸۲). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. Educational Technology Research and Development ,۳۰:۲۳۳-۲۵۲.

-Falylath, B, Philip, B., & Paul.T.(۲۰۲۰). Market Development for African Endogenous Products. Journal of Macromarketing,۴۰(۱),۱۳-۳۰.

-Harikrishnan, N J &Vinith Kumar, N .(۲۰۲۲). A Hybrid Digital Marketing Model based on Content Marketing and Inbound Marketing Journal for Educators, Teachers and Trainers, ۱۳(۴): ۱۳ – ۲۶.

- Nandipati, S., Degloorkar, N. K., Pullagura, G., Barik, D., Paramasivam, P., Althaqafi, E., & Al-Sareji, O. J. (۲۰۲۵). Evaluating energy consumption patterns in novel foamed ternary alkali-activated masonry blocks. Scientific Reports, ۱۵(۱), ۱-۲۲.

-Olena, L ., & et al.(۲۰۲۱). Development of a Marketing Strategy for Enterprise Financial Growth. Studies of Applied Economics, ۳۹(۵).

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ٤۲۲-۳۹۵
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

تاثیر بازاریابی خیرخواهانه بر قصد خرید مصرف کننده (مطالعه موردی: آب معدنی دی دی)

غلامرضا رسولی[۱]
ابوالفضل خسروی[۲]
هاجر نویدی[۳]
نگین عباس پور[٤]

(تاریخ دریافت۱۰ /۱۴۰۴/۹ ـ تاریخ تصویب ۱۴۰۵/۵/۲۶)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
بازاریابی خیرخواهانه به عنوان یک رویکرد اخلاقی و مسئولانه در صنعت بازاریابی به تدریج توجه بیشتری را به خود جلب کرده است. هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر بازاریابی خیرخواهانه بر قصد خرید مصرف کننده در شرکت آب معدنی دی دی می باشد. روش تحقیق پژوهش حاضر روش توصیفی- پیمایشی از نوع کاربردی و همبستگی است. جهت گردآوری مبانی نظری اطلاعات در خصوص تبیین ادبیات موضوع تحقیق از روش کتابخانه ای و مطالعات

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران، قم، ایران. (نویسنده مسئول)
gh.rasouli۱۳۵۳@ut.ac.ir
۲- عضو هیات علمی گروه مدیریت بازرگانی و کارآفرینی ، دانشکدگان فارابی، دانشگاه تهران، ایران.
۳ - کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.
۴ -کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی ، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.

اسنادی استفاده گردید. ابزار گردآوری داده‌ها در تحقیق حاضر پرسشنامه بوده است. جامعه آماری پژوهش مصرف کنندگان محصولات شرکت آب معدنی دی دی در شهر تهران است که طی یک ماه گذشته از محصولات این برند استفاده کرده و در کمپین های تبلیغاتی یا خیریه ای برند مشارکت داشته اند. تعداد کل مصرف کنندگان فعال این برند در این مناطق حدود ۱۸۰ نفر برآورد گردید. بر اساس این جامعه محدود، از فرمول کوکران برای جوامع محدود استفاده شد و حجم نمونه مورد نیاز برابر با ۱۲۱ نفر به دست آمد. روش نمونه گیری تصادفی ساده بود و پرسشنامه به صورت حضوری و الکترونیکی توزیع شد. همچنین از نرم افزار Spss۲۶ و Smart-Pls۳ در این پژوهش استفاده شده است. نتایج نشان داد که بازاریابی خیرخواهانه بر لذت اخلاقی، جذابیت برند، هویت مصرف کننده با شرکت، وفاداری مصرف کننده و قصد خرید مصرف کننده تأثیر مثبت و معناداری دارد. لذت اخلاقی، جذابیت برند، هویت مصرف کننده با شرکت و وفاداری مصرف کننده بر قصد خرید مصرف کننده تأثیر مثبت و معناداری دارد و همچنین جذابیت برند بر هویت مصرف کننده با شرکت رابطه مثبت و معناداری دارد. در مجموع، این پژوهش تایید می کند که بازاریابی خیرخواهانه می تواند به طور مستقیم و غیر مستقیم از طریق متغیرهای میانجی چون جذابیت برند، هویت مصرف کننده، لذت اخلاقی و وفاداری، قصد خرید مصرف کنندگان را افزایش دهد.

واژگان کلیدی:
بازاریابی، بازاریابی خیرخواهانه، قصد خرید مصرف کننده، آب معدنی دی دی.

۱-مقدمه

در سال های اخیر، قصد خرید مصرف کنندگان به عنوان یکی از متغیرهای کلیدی در حوزه رفتار مصرف کننده، جایگاه ویژه ای در تحقیقات بازاریابی یافته است. قصد خرید به تمایل درونی و آگاهانه فرد برای خرید یک محصول یا خدمت خاص اشاره دارد و یکی از بهترین شاخص ها برای پیش بینی رفتار واقعی خرید محسوب می شود. این مفهوم تحت تاثیر عواملی همچون نگرش نسبت به برند، اعتماد به شرکت، کیفیت ادراک شده، ارزش اجتماعی، و تصویر

ذهنی از سازمان قرار دارد. مطالعات نشان می دهد که مصرف کنندگان امروزی در فرآیند تصمیم گیری خرید، علاوه بر معیارهای اقتصادی مانند قیمت و کیفیت، به ابعاد اخلاقی، اجتماعی و احساسی نیز توجه دارند(مور[۱]و همکاران، ۲۰۲۱: ۱۰-۱). در نتیجه، سازمان ها تلاش می کنند از طریق ایجاد ارزش های احساسی، مسئولیت پذیری اجتماعی و تجربه های مثبت، قصد خرید مصرف کنندگان خود را تقویت کنند.

یکی از عوامل موثر بر قصد خرید، لذت اخلاقی است. لذت اخلاقی به احساس رضایت و خشنودی درونی اشاره دارد که فرد در نتیجه انجام رفتارهای اخلاقی یا مشارکت در اهداف اجتماعی تجربه می کند. زمانی که مصرف کننده احساس کند با خرید محصولی در یک فعالیت خیرخواهانه یا زیست محیطی سهیم می شود، این حس مثبت اخلاقی می تواند انگیزه خرید او را افزایش دهد. پژوهش ها نشان داده اند که چنین احساسی نه تنها نگرش مطلوب تری نسبت به برند ایجاد می کند، بلکه در بلندمدت به وفاداری و حمایت از آن برند منجر می شود(خنیفر و همکاران، ۱۴۰۰: ۱-۲۴). وفاداری می تواند هم رفتاری باشد، یعنی تکرار خرید از یک برند در طول زمان، و هم نگرشی، یعنی تمایل ذهنی و احساسی به حمایت از برند حتی در مواجهه با گزینه های جایگزین(سیلوا[۲]و همکاران، ۲۰۲۰: ۱۵۷- ۱۳۵). این مفهوم حاصل ترکیب عواملی مانند رضایت مشتری، اعتماد به برند، تجربه مثبت، و هویت یابی با برند است.

جذابیت برند نیز یکی دیگر از متغیرهای میانجی مهم در رفتار مصرف کننده است. این مفهوم به میزان جذابیت و کشش ادراکی برند از نظر مصرف کننده اشاره دارد که بر اساس ویژگی هایی چون طراحی، نمادها، ارزش های اجتماعی و حتی رفتار سازمانی برند شکل می گیرد (زارع پور نصیرآبادی و همکاران، ۱۴۰۲: ۱-۱۵). جذابیت برند موجب می شود مصرف کننده تمایل بیشتری به همانندسازی با برند داشته باشد و آن را به عنوان نماینده ای از هویت خود بپذیرد. برندهای جذاب معمولا از سرمایه نمادین بالایی برخوردارند و می توانند از طریق ایجاد حس تعلق، قصد خرید مصرف کننده را تقویت کنند(سینگ[۳] و همکاران، ۲۰۰۹: ۳۲۶- ۳۱۲).

۱- Mora
۲- Silva
۳- Singh

در ادامه، هویت مصرف کننده با برند به عنوان عاملی دیگر نقش موثری در تقویت قصد خرید ایفا می کند. هویت مصرف کننده با برند بیانگر میزان هم خوانی ارزش ها، نگرش ها و ویژگی های شخصی فرد با ویژگی های ادراک شده برند است(زارع پور نصیرآبادی و همکاران، ۱۴۰۲: ۱-۱۵). هنگامی که مصرف کننده برند را بخشی از خود می داند، نوعی پیوند روانی و احساسی میان او و برند شکل می گیرد که به تصمیمات خرید بلندمدت منجر می شود. این پیوند به ویژه در برندهایی که ارزش های اجتماعی یا اخلاقی دارند، عمیق تر است و سبب می شود مصرف کنندگان از خرید آن ها احساس افتخار کنند(سوریانتو[۱] و همکاران، ۲۰۲۰: ۳۲۴۲-۳۲۳۵).

همچنین وفاداری مصرف کننده به برند، دیگر متغیر میانجی مهم در فرآیند تصمیم گیری خرید است. وفاداری نشان دهنده تمایل و تعهد مداوم مصرف کننده به خرید مجدد از برند و توصیه آن به دیگران است. این وفاداری می تواند حاصل اعتماد، رضایت، هویت یابی با برند یا احساس تعلق اجتماعی باشد. بازاریابی خیرخواهانه، با تاکید بر ارزش های انسانی و اخلاقی، از جمله عواملی است که می تواند حس وفاداری را در مشتریان تقویت کند و از این طریق قصد خرید آنان را افزایش دهد (دب، ۲۰۲۱: ۴۰۱-۳۸۷).

بازاریابی خیرخواهانه یک استراتژی بازاریابی است که کسب و کارها را تشویق می کند تا از دلایل اجتماعی یا محیطی حمایت کنند. ترکیبی از دیدگاه های بازاریابی استراتژیک و مسئولیت اجتماعی شرکت اساس بازاریابی خیرخواهانه است که هدف آن افزایش تمایز شرکت و ایجاد اعتماد با افراد از طریق ترویج مشارکت اجتماعی و محیطی آن است که در نهایت منجر به بهبود عملکرد تجاری و روابط اجتماعی می شود(ساکتیانا و پراکوزا[۲]، ۲۰۲۳: ۱۱۱۹-۱۱۱۲). در حال حاضر، استفاده از راهبردهای ساختاریافته بازاریابی خیرخواهانه به یکی از اصول مهم و موثر در زمینه تبلیغات شرکت های اقتصادی و غیرانتفاعی تبدیل شده است(بهنوش[۳] و همکاران، ۲۰۱۸: ۴۷۸-۵۰۰). حضور فعال شرکت ها و سازمان ها در فعالیت های خیرخواهانه، به یک ضرورت تبدیل شده است. بیشتر مشتریان تمایل دارند تا با خرید از این نوع شرکت ها به حمایت از

۱- Surianto
۲- Saktiana & Prakosa
۳- Behnoosh

زندگی آن ها ادامه دهند. این مشتریان باور دارند که وظیفه اساسی شرکت ها این است که محصولات و خدمات خود را با کیفیت بالا، قیمت مناسب، دسترسی آسان و توزیع موثر عرضه کنند(دی کروز[۱]، ۲۰۱۷: ۲۹-۵). بیشتر شرکت ها به دلیل نگرانی های عمومی درباره مسائل اجتماعی و زیست محیطی، به تطبیق محصولات خود با این دغدغه ها پرداخته و همکاری هایی با اهداف اجتماعی را آغاز کرده اند. این همکاری بین محصول و مسائل اجتماعی به بازاریابی خیرخواهانه اشاره می کند(گائو[۲]، ۲۰۲۰: ۷۹۱-۷۷۵).

در حال حاضر، در انتخاب محصول، علاوه بر کیفیت محصول و خدمات، توجه به مسئولیت پذیری شرکت ها و نام های تجاری در زمینه مسائل محیطی و اجتماعی نیز مهم است. طبق تاکیدات تانتاوی و سادک[۳](۲۰۱۹، ۳۱۱-۲۹۳)، بازاریابی خیرخواهانه می تواند با افزایش آگاهی مشتریان، ارتقاء نیت خرید در آن ها را تسهیل کرده و از طریق ایجاد ارتباط عمیق و احساسی با مشتریان هدف و سایر ذینفعان مرتبط، به تشکیل نگرش مثبتی درباره شرکت و سازمان کمک کند(سوریانتو و همکاران، ۲۰۲۰: ۳۲۴۲-۳۲۳۵).

موضوع تاثیر بازاریابی خیرخواهانه بر قصد خرید مصرف کننده یکی از مسائل مهم و پرطرفدار در حوزه تحقیقات بازاریابی و رفتار مصرف کننده است. در دهه های اخیر، با افزایش آگاهی جامعه از مسائل اجتماعی، زیست محیطی و اخلاقی، توجه به این نوع بازاریابی به عنوان یک ابزار قدرتمند برای جذب مشتریان و ایجاد تعامل مثبت با آن ها افزایش یافته است. بازاریابی خیرخواهانه یا بازاریابی اجتماعی با هدف ارائه محصولاتی است که علاوه بر ارزش اقتصادی، ارزش اجتماعی و اخلاقی نیز دارند. این نوع بازاریابی به شرکت ها امکان می دهد تا با نشان دادن تعهد خود به مسائل اجتماعی و محیطی، ارتباط عمیق تری با مصرف کنندگان برقرار کنند. بازاریابی خیرخواهانه استفاده از مسئولیت اجتماعی شرکت را در بازاریابی امکان پذیر می کند. همچنین بازاریابی خیرخواهانه نوعی مسئولیت اجتماعی شرکتی است زیرا عناصر بازاریابی را با کمپین های برنامه اجتماعی ترکیب می کند(دب[۴]، ۲۰۲۱: ۴۰۱-۳۸۷). همچنین مطالعات گذشته

۱- De Cruz
۲- Gao
۳- Tantawi & Sadek
٤- Deb

نشان داده اند صفات مصرف کننده و شک و تردید مصرف کنندگان خاص می تواند واکنش مصرف کننده به بازاریابی خیرخواهانه را تحت تاثیر قرار دهد(خنیفر و همکاران، ۱۴۰۰: ۱-۲۴؛ سینگ و همکاران، ۲۰۰۹: ۳۲۶-۳۱۲).

تحقیقات اخیر(مور و همکاران، ۲۰۲۱: ۱۰- ۱؛ سئو[۱]و همکاران، ۲۰۲۱: ۱۲- ۱؛ توماس[۲]و همکاران، ۲۰۲۲: ۷۰۸- ۶۹۱؛ تربلانچ[۳]و همکاران، ۲۰۲۳: ۲۲۳- ۱۹۳) نشان داده است که مصرف کنندگان امروزی در انتخاب محصولات و خدمات خود، علاوه بر ملاحظات معمول اقتصادی، به جنبه های اجتماعی و محیطی آن ها نیز توجه می کنند. بنابراین، برندها و شرکت ها با انتخاب راهبردهای بازاریابی خیرخواهانه، می توانند ارتباطات مثبت و پایدارتری با مشتریان خود ایجاد کرده و در نتیجه قصد خرید آن ها را تقویت کنند. در همین راستا، بررسی دقیق تاثیر این نوع بازاریابی بر رفتار خرید مصرف کننده می تواند نقش مهمی در بهبود استراتژی های بازاریابی و افزایش وفاداری مشتریان داشته باشد. تاثیر بازاریابی خیرخواهانه بر قصد خرید مصرف کننده یک موضوع مهم و مورد توجه در عرصه تحقیقات بازاریابی است.

در این راستا، شرکت آب معدنی «مهرآب بهشت» با برند «دی دی» یکی از نمونه هایی است که با استفاده از استراتژی بازاریابی خیرخواهانه، سعی در جلب توجه مصرف کننده و ارتقاء قصد خرید آن ها دارد. این شرکت با تاکید بر مسائل اجتماعی و محیطی، به نوعی از طریق فروش محصولات خود به اهداف خیرخواهانه اختصاص می دهد. شرکت «مهرآب بهشت» تلاش می کند تا از طریق برند «دی دی» و با ارائه شعار"کار خوب مثل آب خوردنه..."، به مصرف کننده نشان دهد که با خرید محصولات این شرکت، آنها همچنین به اهداف خیرخواهانه مشارکت می کنند. این تمرکز بر اهداف خیرخواهانه از طریق طرح مسیرهای مختلف، از جمله مسیر سبز، مسیر صورتی و مسیر آبی، نشان از تعهد جدی این شرکت در حوزه های مختلف اجتماعی و محیطی دارد.

با این وجود، هنوز اثرات دقیق و واضح بازاریابی خیرخواهانه بر قصد خرید مصرف کننده در

۱- Seo
۲- Thomas
۳- Terblanche

زمینه آب معدنی و برند «دی دی» در میان مصرف کنندگان مورد مطالعه قرار نگرفته است. بنابراین، این پژوهش بر اساس مطالعه موردی برند «دی دی» از شرکت آب معدنی «مهرآب بهشت» هدف دارد تا تاثیر این استراتژی بازاریابی خیرخواهانه بر رفتار خرید مصرف کننده را به طور دقیق تر بررسی کند و درک بهتری از نحوه تاثیرگذاری این اقدامات بر تصمیم گیری مصرف کننده ها در خرید این نوع محصولات فراهم نماید.

۲-مبانی نظری و پیشینه های پژوهشی

در سال ۱۹۸۸، واراداجاران و منون[۱] با انجام یکی از نخستین تحقیقات در حوزه بازاریابی خیرخواهانه، اصطلاح بازاریابی خیرخواهانه را به عنوان یک فرآیند برنامه‌ریزی شده تعریف کردند. این تعریف به شرکت‌ها امکان می‌دهد که به مشتریانی که در خرید خود اهداف اجتماعی، اخلاقی و زیست محیطی را دنبال می‌کنند، کمک کنند. نبود مشارکت سازمان‌ها و شرکت‌های تجاری در فعالیت‌های خیرخواهانه غیرقابل انکار است. این مسئله نشان می‌دهد که مشتریان در دوران معاصر تمایلی به حمایت از این شرکت‌ها از طریق خرید خود ندارند. به عبارت دیگر، وظیفه شرکت این است که محصولات و خدمات خود را با کیفیت بالا، قیمت مناسب، دسترسی آسان و توزیع مؤثر به بازار عرضه کند(بخشی زاده برج، ۱۳۹۷: ۵۳-۸۲).

در سال ۲۰۲۰، گائو بیان کرد که بازاریابی خیرخواهانه می‌تواند ارزش ادراکی خرید برای مشتریان ایجاد کند و همچنین به آنها امکان ارضای نیازهای بشر دوستانه و کمک به جامعه یا جبران گناه را فراهم آورد. به همین دلیل، مصرف‌کنندگان احتمالاً ترجیح می‌دهند محصولات و خدماتی را که در یک استراتژی بازاریابی خیرخواهانه ارائه می‌شوند، بخرند. این انتخاب به آن‌ها امکان می‌دهد علاوه بر بهره‌مندی از مزیت‌های خرید، احساس رضایت از کمک به جامعه و انجام اقدامات انسان‌محور را نیز تجربه کنند(سیلوا[۲] و همکاران، ۲۰۲۰: ۱۵۷- ۱۳۵).

با توجه به مطالعه‌های انجام شده در حوزه بازاریابی خیرخواهانه، مشخص شده است که این رویکرد در صنایع مختلف از جمله بیمه، مصرف کنندگی، و هتلداری تأثیرات قابل توجهی دارد.

۱-Varadarajan & Menon
۲- Silva

چراغ سحر و همکاران(۱۴۰۰) به بررسی اثرات مولفه‌های بازاریابی خیرخواهانه بر ارزش ویژه برند در صنعت بیمه پرداخته‌اند. همچنین، نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که پنج مولفه مهم از جمله نتایج مالی برای شرکت، آمیخته‌های بازاریابی خدمات، فرم کمک سازمانی، نتایج اجتماعی برای شرکت و ویژگی‌های مشتریان بر خلق ارزش ویژه برند تأثیر مستقیم و معناداری دارند.

کریمی و همکاران(۱۴۰۰) در تحقیق خود الگوی عوامل موفقیت بازاریابی خیرخواهانه در ایران را مورد بررسی قرار دادند و بیان کردند که عوامل موثر در این حوزه از جمله ملاحظات محصول، تبلیغات، مشتری، مالی، راهبردی، و عمومی هستند. همچنین، خنیفر و همکاران(۱۴۰۰) نشان دادند که بازاریابی خیرخواهانه تأثیر مثبت و معناداری بر جذابیت برند، احساسات اخلاقی، و قصد خرید مصرف کننده دارد، در حالی که بدبینی مصرف کننده تأثیر منفی و معناداری دارد. در زمینه رفتار مصرف کننده، زمانی که فرد با خرید یک محصول احساس کند به طور غیرمستقیم در حل یک مشکل اجتماعی یا حمایت از یک هدف انسان دوستانه نقش دارد، نوعی حس خوب و رضایت اخلاقی در او شکل می گیرد که به آن لذت اخلاقی گفته می شود. این احساس مثبت سبب تقویت نگرش مطلوب نسبت به برند و افزایش تمایل به خرید می گردد.

علاوه بر این، زارع پور نصیرآبادی و همکاران(۱۴۰۲) به بررسی تأثیر بازاریابی خیرخواهانه بر هویت مشتری با برند با میانجی‌گری جذابیت برند پرداختند و نتایج نشان دادند که اعتبار برند، بازاریابی خیرخواهانه، و تمایز برند تأثیر مثبت و معناداری بر جذابیت برند و هویت مشتری دارند. جذابیت برند حاصل تعامل بین عوامل عاطفی و شناختی است؛ یعنی مشتری نه تنها از نظر منطقی، بلکه از نظر احساسی نیز به برند تمایل پیدا می کند. این جذابیت می تواند بر اعتماد، نگرش مثبت و حتی تصمیم خرید مشتری تاثیر مستقیم بگذارد. هویت مصرف کننده با برند نیز به میزان همانندسازی روانی و احساسی مصرف کننده با برند اشاره دارد. این مفهوم زمانی شکل می گیرد که فرد احساس کند ارزش ها، ویژگی ها یا سبک زندگی برند با ارزش ها و شخصیت خود او هم خوانی دارد.

همچنین، سئو و سانگ(۲۰۲۱) به بررسی تأثیر بازاریابی خیرخواهانه در صنعت هتلداری با نقش تعدیل‌کننده ارزش مصرفی پرداختند و نشان دادند که این رویکرد تأثیر مثبتی بر قصد خرید مصرف کنندگان دارد، به‌ویژه در مورد مصرف‌کنندگان لذت‌گرایانه. توماس و همکاران

(۲۰۲۲)، به بررسی نگرش مصرف کنندگان نسبت به برند و قصد خرید در چارچوب بازاریابی خیرخواهانه برای یک محصول داروخانه پرداختند. یافته‌های این مطالعه تأثیر مثبت نگرش مصرف کنندگان نسبت به برند و قصد خرید بر بازاریابی خیرخواهانه را نشان می‌دهد.

همچنین، ساکتیانا و پراکوسا(۲۰۲۳)نشان دادند که نگرش‌های مصرف‌کنندگان نسبت به برندهای مرتبط با برنامه‌های بازاریابی خیرخواهانه به طور مثبت بر اهداف تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، بازاریابان باید ویژگی‌های بازاریابی خیرخواهانه مانند مدت زمان و همخوانی را در نظر بگیرند تا اطمینان حاصل کنند که این برنامه‌ها توسط مصرف‌کنندگان پذیرفته می‌شوند.

همچنین، تربلانچ و همکاران(۲۰۲۳) نشان دادند که مصرف‌کنندگان آفریقای جنوبی تمایل مثبتی نسبت به بازاریابی خیرخواهانه در زمینه آموزشی دارند و آن‌ها پیام‌های بازاریابی خیرخواهانه مثبت و اجتماعی را ترجیح می‌دهند. این آزمایش همچنین تأیید کرد که عناصر ساختاری بازاریابی خیرخواهانه تأثیرات مستقل و تعاملی قابل‌توجهی بر نیات، نگرش‌ها و ادراکات مصرف‌کننده دارند.

به طور کلی، در تحقیقات مختلف، اثرات مختلف بازاریابی خیرخواهانه بر نگرش مصرف کننده، قصد خرید، هویت برند و ارزش ویژه برند مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این تحقیقات نشان می‌دهد که عوامل مختلف مانند ارزش مالی برای شرکت، جذابیت برند، تاثیرات مستقیم و غیرمستقیم از جمله نگرش‌ها و ادراکات مصرف‌کننده و جوامع، و ویژگی‌های خاص بازاریابی خیرخواهانه بر رفتار مصرف‌کننده تاثیرگذار هستند. عواملی مانند پیام‌های متمرکز بر سود یا متمرکز بر هزینه، مدت زمان و تطابق متن پیام با ارزش‌های مصرف‌کننده و خلق ارزش برای مشتریان نقش مهمی در تصمیم‌گیری مصرف‌کننده ایفا می‌کنند. همچنین، جنبه‌های روان‌شناختی و احساسی مصرف‌کننده نیز می‌تواند در ارتقای قصد خرید و ارتباط مثبت با برند تأثیرگذار باشد. با توجه به اطلاعات ارائه شده توسط محققان در تحقیقات مختلف، مشخص شده است که بازاریابی خیرخواهانه می‌تواند نقش مهمی در ارتقای ارتباطات با مشتریان و ایجاد ارزش ویژه برای برند داشته باشد. در نتیجه، مفاهیم مرتبط با تبلیغات خیرخواهانه و ارتباطات با مشتریان به‌طور گسترده‌ای در دنیای تجارت و بازاریابی مورد بحث و بررسی قرار گرفته‌اند.

۱-۲- فرضیه‌های پژوهش

در این راستا فرضیه های پژوهش مطرح می گردد:

فرضیه اول: بازاریابی خیرخواهانه بر قصد خرید مصرف کنندگان آب معدنی دی دی تاثیر مثبت و معناداری می گذارد.

فرضیه دوم: بازاریابی خیرخواهانه بر لذت اخلاقی مصرف کنندگان آب معدنی دی دی تاثیر مثبت و معناداری می گذارد.

فرضیه سوم: لذت اخلاقی بر قصد خرید مصرف کنندگان آب معدنی دی دی تاثیر مثبت و معناداری می گذارد.

فرضیه چهارم: بازاریابی خیرخواهانه بر جذابیت برند مصرف کنندگان آب معدنی دی دی تاثیر مثبت و معناداری می گذارد.

فرضیه پنجم: جذابیت برند بر هویت مصرف کننده با شرکت آب معدنی دی دی تاثیر مثبت و معناداری می گذارد.

فرضیه ششم: هویت مصرف کننده بر قصد خرید مصرف کنندگان آب معدنی دی دی تاثیر مثبت و معناداری می گذارد.

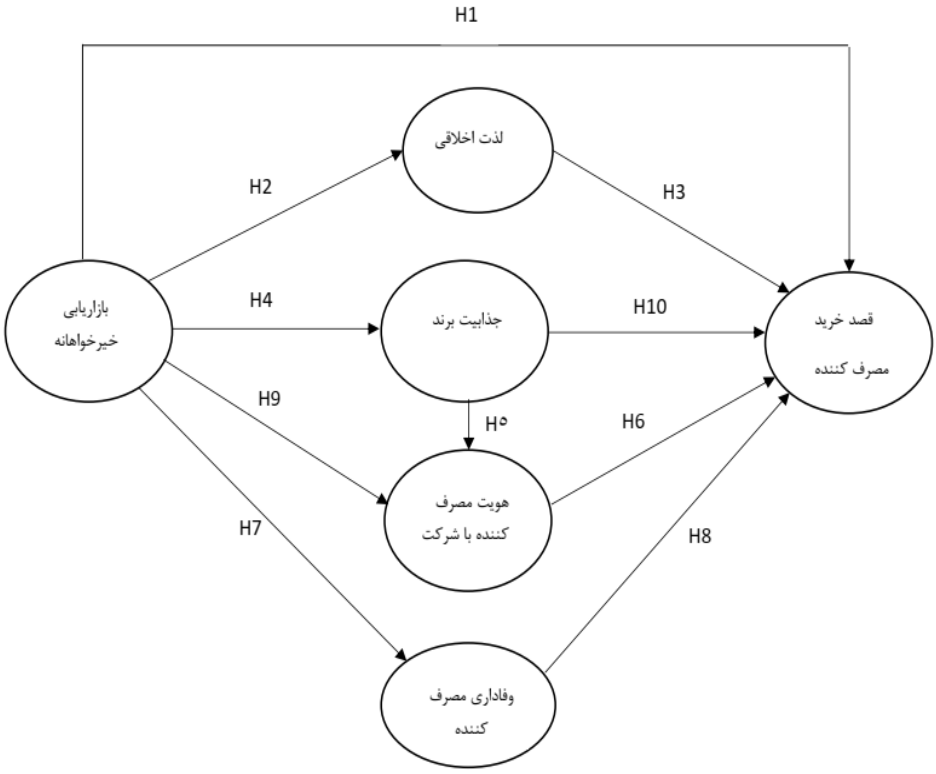
فرضیه هفتم: بازاریابی خیرخواهانه بر وفاداری مصرف کنندگان آب معدنی دی دی تاثیر مثبت و معناداری می گذارد.

فرضیه هشتم: وفاداری مصرف کننده بر قصد خرید مصرف کنندگان آب معدنی دی دی تاثیر مثبت و معناداری می گذارد.

فرضیه نهم: بازاریابی خیرخواهانه بر هویت مصرف کنندگان آب معدنی دی دی تاثیر مثبت و معناداری می گذارد.

فرضیه دهم: جذابیت برند بر قصد خرید مصرف کنندگان آب معدنی دی دی تاثیر مثبت و معناداری می گذارد.

در راستای فرضیه های پژوهش، مدل مفهومی تحقیق به شرح زیر است.



شکل شماره(۱): مدل مفهومی پژوهش (منبع: رشید، ۱۳۹٤)

۳. روش شناسی پژوهش

روش تحقیق پژوهش حاضر روش توصیفی- پیمایشی از نوع کاربردی و همبستگی است. جهت گردآوری مبانی نظری اطلاعات در خصوص تبیین ادبیات موضوع تحقیق از روش کتابخانه ای و مطالعات اسنادی استفاده گردید. ابزار گردآوری داده‌ها در تحقیق حاضر پرسشنامه بوده است. پرسشنامه با کمک اساتید تهیه و اصلاح شد. همچنین در ادامه برای سنجش روایی از روایی همگرا (بیش از ۰/۵) و برای پایایی از ضریب آلفای کرونباخ با پایایی قابل قبولی (بیش از ۰/۷) استفاده شد و نتایج پایایی مرکب(بیش از ۰/۷) نیز ارائه شد. جامعه آماری پژوهش، مصرف کنندگان محصولات شرکت آب معدنی دی دی در شهر تهران است که طی یک ماه گذشته از محصولات این برند استفاده کرده و در کمپین های تبلیغاتی یا خیریه ای برند مشارکت داشته اند.

با توجه به اینکه محصولات این شرکت در سطح محدودی از فروشگاه های خاص و مناطق مشخص در شهر تهران عرضه می‌شود، تعداد کل مصرف کنندگان فعال این برند در این مناطق حدود ۱۸۰ نفر برآورد گردید.

بر اساس این جامعه محدود، از فرمول کوکران برای جوامع محدود استفاده شد و حجم نمونه مورد نیاز برابر با ۱۲۱ نفر به دست آمد. روش نمونه گیری تصادفی ساده بود و پرسشنامه به صورت حضوری و الکترونیکی توزیع شد. بر اساس پرسشنامه های گردآوری شده، آمار جمعیت شناختی نشان می‌دهد که تعداد زنان (۸۰ نفر) نسبت به مردان (۴۱ نفر) در این نمونه بیشتر است. از سوی دیگر، اطلاعات سن نشان می‌دهد که بیشتر از نیمی از افراد (۸۰ نفر) بالای ۳۰ سال هستند، در حالی که افراد زیر ۲۰ سال و کسانی در بازه ۲۰ تا ۲۵ سال کمترین تعداد را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین، بیش از نیمی از افراد (۱۰۳ نفر) دارای تحصیلات تکمیلی هستند که این مسئله نشان از میزان بالای تحصیلات افراد در این نمونه دارد. در بخش سابقه استفاده از برند، بیشتر افراد (۹۳ نفر) از برند مورد نظر خود حداقل یک سال استفاده کرده‌اند که نشان از وفاداری مشتریان به برند می‌دهد. در بین روش‌های توصیه به دیگران برای استفاده از برند، رسانه‌های عمومی (۴۶ نفر) بیشترین تعداد را دارند، اما دوستان (۴۱ نفر) نیز نقش مهمی در توصیه به دیگران برای استفاده از برند دارند. همچنین از نرم افزار **Spss**۲۶ و **Smart-Pls**۳ در این پژوهش استفاده شده است.

شکل شماره(۲): تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

متغیر	نماد متغیر	گویه ها	طیف اندازه گیری	منبع
جذابیت برند	**BC**	۱. من محصولات ارایه شده توسط شرکت آب معدنی دی دی را دوست دارم. ۲. به نظر من دی دی یک برند جذاب است. ۳. من نماد برند دی دی را دوست دارم.		بیگن آلکانیز و همکاران (۲۰۱۰)
بازاریابی خیرخواهانه	**bm**	۱. در جریان فعالیت های بشر دوستانه و عام المنفعه آب معدنی دی دی قرار گرفته ام. ۲. به نظر من آب معدنی دی دی به مسئولیت اجتماعی خود آگاهی دارد. ۳. من نظر مساعدی نسبت به برند های اجرا کننده بازاریابی خیرخواهانه دارم. ۴. من به طور کلی احساس خوبی نسبت به برند های برگزار کننده بازاریابی خیرخواهانه دارم. ۵. به نظر من برنامه های بازاریابی خیرخواهانه برای جامعه سودمند است. ۶. به نظرمن برنامه بازاریابی خیرخواهانه، ایده خوبی است. ۷. برنامه بازاریابی خیرخواهانه از محتوای جذابی برخوردار هستند.	طیف لیکرت ۵ گزینه ای، کاملا مخالف (۱)، مخالف (۲)، بی تفاوت (۳)، موافق (۴)، کاملاً موافق (۵)	احمد و همکاران (۲۰۱۱)، بیگن آلکانیز و همکاران (۲۰۱۰)
لذت اخلاقی	**EP**	۱. مشارکت در فعالیت خیرخواهانه آب معدنی دی دی در من ایجاد شور و شعف می کند.		تاسی (۲۰۰۹)

		۲. مشارکت در فعالیت خیریه دی دی برای من لذت بخش است. ۳. استفاده از محصولات دی دی به دلیل مشارکت این سازمان در فعالیت های خیریه برایم لذت بخش است ۴. خیرخواهانه بودن فعالیت های دی دی برایم لذت بخش است.		
هویت مصرف-کننده با شرکت	IC	۱. من احساس می کنم محصولات ارائه شده توسط شرکت دی دی مشابه به محصولات مورد نیاز من است. ۲. نیاز های من با محصولات دی دی تناسب دارد. ۳. برداشت من از برند دی دی مشابه آن چیزی است که من در مورد خودم فکر می کنم.		بیگن آلکانیز و همکاران (۲۰۱۰)
قصد خرید مصرف کنندگان	IP	۱. وقتی قصد استفاده از آب معدنی را دارم تا اندازه زیادی از آب معدنی دی دی استفاده می کنم. ۲. تا اندازه زیادی علاقه دارم محصولات شرکت دی دی را امتحان کنم. ۳. در صورت دیدن محصولات دی دی تا اندزه زیادی اقدام به خرید آن می کنم. ۴. من در آینده نیز از محصولات دی دی استفاده خواهم کرد.		احمد و همکاران (۲۰۱۱)، دیالو (۲۰۱۲)
وفاداری	L	۱. بارها تشخیص داده ام که برند دی دی بهتر از دیگر برند ها است. ۲. محصولات دی دی را به		احمد و همکاران (۲۰۱۱)

		محصولات دیگر برندها ترجیح می دهم. ۳. در صورت نیاز مجدد آب معدنی دی دی را انتخاب خواهم کرد. ۴. من حاضرم مبلغ بیشتری را برای خرید محصولات دی دی نسبت به دیگر برند ها بپردازم. ۵. به دیگران توصیه می کنم که از برند دی دی استفاده کنند. ۶. در مورد مزایای خوب برند و محصولات دی دی با دیگران صحبت میکنم.		

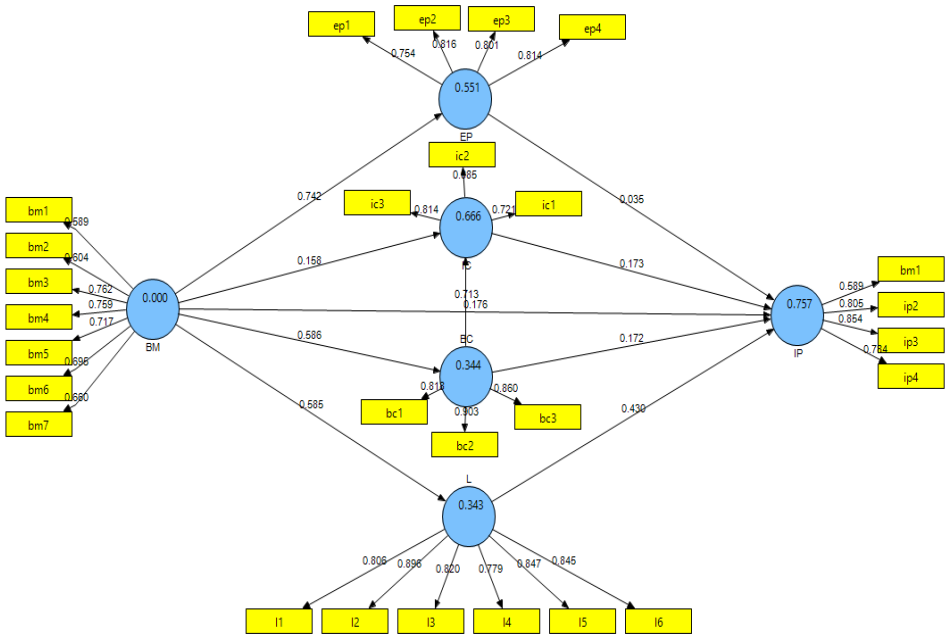
(منبع: یافته‌های تحقیق)

٤-یافته‌های پژوهش

در این بخش به یافته‌های آماری می‌پردازیم که شامل سنجش بارعاملی شاخص‌ها، بررسی مدل ساختاری و برازش مدل کلی می‌باشد.

٤-١-سنجش بار عاملی شاخص‌ها

بار عاملی مقدار عددی است که میزان شدت رابطه میان یک متغیر پنهان و متغیر آشکار مربوطه را طی فرآیند تحلیل مسیر مشخص می‌کند. هرچه مقدار بار عاملی یک شاخص در رابطه با یک سازه مشخص بیشتر باشد، آن شاخص سهم بیشتری در تبیین آن سازه ایفا می‌کند(شکل شماره (۲)). بارهای عاملی بالاتر از ۰/۴ مطلوب هستند که همه موارد مشاهده شده بالاتر از این مقدار بودند.



شکل شماره (۲): مقادیر شدت تاثیر روابط بین متغیرهای پژوهش(منبع: یافته‌های تحقیق)

۲-٤-آزمون پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری

مقادیر آلفای کرونباخ به‌دست آمده برای مورد قبول بوده و لذا پایایی پرسشنامه مورد قبول قرار می‌گیرد. با توجه به این که پایایی مرکب متغیرهای پژوهش بالاتر از ۰/۷ می‌باشد. بنابراین می-توان گفت کلیه متغیرهای پژوهش از وضعیت مناسب و قابل قبولی از نظر پایایی مرکب برخوردار هستند. اعتبار درونی یا محتوایی یعنی بررسی دقیق سنجش مفهوم در پرتو معنای آن و طرح این پرسش که آیا ابزار سنجش واقعاً مفهوم موردنظر را می‌سنجد یا نه؟ (هومن، ۱۳۹۱). از روایی همگرا (ضرایب **AVE** سازه‌ها) و روایی واگرا (روش فورنل و لارکر) استفاده می‌گردد. مقدار **AVE** باید حداقل برابر با ۰/۵ باشد تا نشان دهد که سازوکار مورد بررسی می‌تواند ویژگی‌های خود را به خوبی اندازه‌گیری کند که برای اکثر متغیرها بالاتر از این مقدار می‌باشد (جدول شماره (۲)).

جدول شماره(۲): روایی و پایایی متغیرهای پژوهش

متغیرها	پایایی مرکب (**CR**)	آلفای کرونباخ	میانگین واریانس استخراج شده (**AVE**)
جذابیت برند	۰/۸۲۴	۰/۸۹۵	۰/۷۴۱
بازاریابی خیرخواهانه	۰/۸۱۲	۰/۸۶۱	۰/۵۲۸
لذت اخلاقی	۰/۸۰۷	۰/۸۷۴	۰/۶۳۴
هویت مصرف‌کننده با شرکت	۰/۷۳۳	۰/۸۴۹	۰/۶۵۴
قصد خرید	۰/۷۵۵	۰/۸۴۶	۰/۵۸۴
وفاداری	۰/۹۱۱	۰/۹۳۱	۰/۶۹۳

(منبع: یافته‌های تحقیق)

به طور کلی، می‌توان گفت که مدل مطابق با پایایی و اعتبار بالا در توضیح متغیرهای جذابیت برند، بازاریابی خیرخواهانه، لذت اخلاقی، هویت مصرف کننده با شرکت، قصد خرید و وفاداری به کار رفته است.

۳-٤- مدل ساختاری: شاخص ضریب تعیین (R^2)

در این بخش به بررسی ضریب تعیین مدل تحقیق می‌پردازیم که در جدول شماره (۳) ارائه شده است.

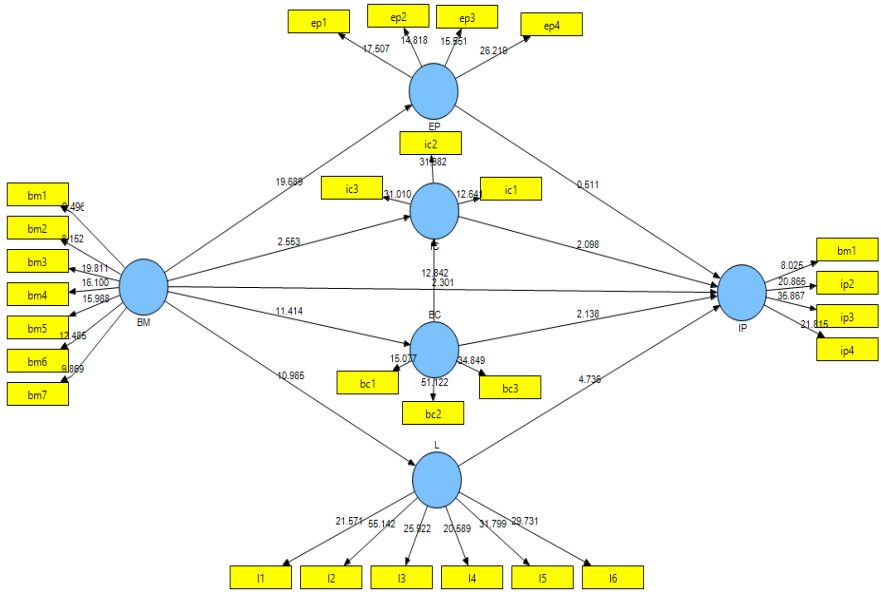
جدول شماره(۳): ضریب تعیین پژوهش

متغیرها	ضریب تعیین	وضعیت
جذابیت برند	۰/۳۴۳	قابل قبول
لذت اخلاقی	۰/۵۵۱	قابل قبول
هویت مصرف‌کننده با شرکت	۰/۶۶۶	قابل قبول
قصد خرید	۰/۷۵۶	قابل قبول
وفاداری	۰/۳۴۲	قابل قبول

(منبع: یافته‌های تحقیق)

٤-٤- ضرایب مسیر (بتا) و معناداری آن

شدت تاثیر، میزان شدت ارتباط بین متغیرها را نشان می‌دهد و طیف این ضریب بین ۰ تا ۱ می باشد. هر چه این میزان به ۱ نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده قوی‌تر بودن روابط بین متغیرها می‌باشد. مقادیر **T** بین ۱/۹۶- و ۱/۹۶ نشان‌دهنده عدم وجود اثر معناداری میان متغیر های مکنون مربوط است. مقادیر **T** بین قدرمطلق ۱/۹۶ و ۲/۵۷۶ نشان‌دهنده اثر معناداری با بیش از ۹۵٪ اطمینان میان متغیرهای مکنون مربوط است. مقادیر **T** مساوی و بزرگتر از قدرمطلق ۲/۵۷۶ نشان‌دهنده اثر معناداری با بیش از ۹۹٪ اطمینان میان متغیرهای مکنون مربوطه است (شکل شماره (۳) و جدول شماره (۴)).



شکل شماره (۳): مقادیر سطح معناداری روابط بین متغیرهای پژوهش(منبع: یافته‌های تحقیق)

جدول شماره(٤): ضرایب مسیر (بتا) و معناداری آنها

ردیف	مسیرها	ضرایب مسیر (بتا)	آماره t	سطح معناداری	نتیجه آزمون فرضیه
۱	بازاریابی خیرخواهانه بر قصد خرید مصرف‌کنندگان	۰/۱۷۶	۲/۳۰۱	<۰/۰۵	تائید
۲	بازاریابی خیرخواهانه بر لذت اخلاقی	۰/۷۴۲	۱۹/۶۸۹	<۰/۰۵	تائید
۳	لذت اخلاقی بر قصد خرید مصرف‌کنندگان	۰/۰۳۵	۰/۵۱۱	<۰/۰۵	رد
۴	بازاریابی خیرخواهانه بر جذابیت برند	۰/۵۸۶	۱۱/۴۱۴	<۰/۰۵	تائید
۵	جذابیت برند بر هویت مصرف‌کننده با شرکت	۰/۷۱۳	۱۲/۸۴۲	<۰/۰۵	تائید
۶	هویت مصرف‌کننده با شرکت بر قصد خرید مصرف-کنندگان	۰/۱۷۳	۲/۰۹۸	<۰/۰۵	تائید
۷	بازاریابی خیرخواهانه بر وفاداری مصرف‌کنندگان	۰/۵۸۵	۱۰/۹۸۵	<۰/۰۵	تائید
۸	وفاداری مصرف‌کنندگان بر قصد خرید مصرف‌کنندگان	۰/۴۳۰	۴/۷۳۶	<۰/۰۵	تائید
۹	بازاریابی خیرخواهانه بر هویت مصرف‌کننده با شرکت	۰/۱۵۸	۲/۵۵۳	<۰/۰۵	تائید
۱۰	جذابیت برند بر قصد خرید مصرف‌کنندگان	۰/۱۷۲	۲/۱۳۸	<۰/۰۵	تائید

(منبع: یافته‌های تحقیق)

٤-٤- شاخص ارتباط پیش بین (Q^2)

این معیار توسط استون گیزر (۱۹۷۵) معرفی شد و قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد، با توجه به اینکه مقدار Q^2 برای متغیر وابسته بالاتر از ۰/۲۵ می‌باشد؛ بنابراین می‌توان گفت، مدل ساختاری از قدرت پیش‌بینی قوی برخوردار است و در حد قابل قبول می‌باشد (جدول شماره (۵)).

جدول شماره(۵): معیار Q^2 مدل پژوهش

متغیر	معیار Q^2	وضعیت
جذابیت برند	۰/۲۴۲	تایید
لذت اخلاقی	۰/۳۳۷	تایید
هویت مصرف‌کننده با شرکت	۰/۳۸۹	تایید
قصد خرید	۰/۴۱۵	تایید
وفاداری	۰/۲۲۹	تایید

(منبع: یافته‌های تحقیق)

۵-٤- برازش مدل کلی

معیار **GOF** یک معیار است که برای ارزیابی برازش مدل‌های معادلات ساختاری استفاده می‌شود. در این معیار، مقایسه اطلاعات مشاهده شده با اطلاعات پیش‌بینی شده توسط مدل صورت می‌گیرد. مقدار **GOF** به عنوان یک ضریب بین ۰ و ۱ مشخص می‌کند که میزان برازش مدل به داده‌های مشاهده شده چقدر است. مقدار **GOF** برای مدل تحقیق به عدد ۰/۵۸ رسیده است. این عدد نشان می‌دهد که مدل در حد قوی و قابل قبولی با داده‌های مشاهده شده برازش دارد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). به این معنی است که مدل پیش‌بینی‌های نزدیکی به داده‌های واقعی ارائه می‌دهد و توانایی توضیح و تفسیر رابطه بین متغیرها را دارد و می‌توان نتیجه گرفت که مدل تحقیق درک خوبی از رابطه بین متغیرها دارد و میزان برازش آن به داده‌ها قابل قبول است. این نتیجه نشان می‌دهد که مدل تحقیق مناسبی برای توصیف پدیده مورد مطالعه است و می‌توان از آن به عنوان یک ابزار معتبر برای تحلیل و پیش‌بینی استفاده کرد.

۵-بحث و نتیجه‌گیری

بازاریابی خیرخواهانه به عنوان یک رویکرد نوین در مدیریت بازاریابی، نه تنها دارای اهمیت اقتصادی است، بلکه ابعاد اخلاقی و اجتماعی آن نیز جایگاه ویژه ای دارد. این نوع بازاریابی با

تاکید بر ارزش های انسانی، مسئولیت اجتماعی و احترام به مصرف کننده، سعی دارد رابطه ای دو سویه، پایدار و مبتنی بر اعتماد میان برند و مشتری ایجاد کند. هدف اصلی آن، شکل دادن به ارتباطات مثبت، افزایش اعتماد و تعهد مشتریان نسبت به برند است، که این امر می تواند مستقیماً بر قصد خرید و رفتار مصرف کنندگان تاثیرگذار باشد. با افزایش رقابت در بازار و حساسیت بیشتر مصرف کنندگان نسبت به ارزش های اجتماعی، اخلاقی و زیست محیطی، اهمیت بازاریابی خیرخواهانه بیش از پیش نمایان شده است. نتایج پژوهش نشان داد که بازاریابی خیرخواهانه تاثیر مثبت و معناداری بر قصد خرید مصرف کنندگان آب معدنی دی دی دارد. این یافته بیانگر آن است که فعالیت های خیرخواهانه و اجتماعی شرکت می توانند نگرش مثبت و اعتماد مشتریان را افزایش داده و آنان را به خرید محصولات ترغیب کنند. ارتباطات مبتنی بر ارزش های انسانی و اجتماعی به عنوان یک عامل انگیزشی، موجب تقویت نیت خرید در میان مصرف کنندگان می شود.

این نتیجه با یافته های سئو و سانگ(۲۰۲۱) و نیز توماس و همکاران(۲۰۲۲) همخوان است که نشان دادند بازاریابی خیرخواهانه تاثیر مثبتی بر قصد خرید مصرف کنندگان دارد. در خصوص تاثیر بازاریابی خیرخواهانه بر لذت اخلاقی مصرف کنندگان، نتایج نشان داد که این رابطه مثبت و معنادار است. یعنی، هرچه فعالیت های خیرخواهانه شرکت واقعی تر و ملموس تر باشد، احساس رضایت و خرسندی اخلاقی مصرف کنندگان از خرید محصولات افزایش می یابد. این احساس مثبت ناشی از مشارکت غیرمستقیم در فعالیت های اجتماعی است. یافته های خنیفر و همکاران(۱۴۰۰) نیز این ارتباط را تایید کرده و بیان کرده اند که بازاریابی خیرخواهانه موجب افزایش احساسات اخلاقی مصرف کنندگان می شود.

در بررسی تاثیر لذت اخلاقی بر قصد خرید مصرف کنندگان، نتایج نشان داد که این رابطه در این پژوهش تایید نشد. به عبارت دیگر، لذت اخلاقی به تنهایی توانایی تاثیر معنادار بر قصد خرید را ندارد. هرچند احساس رضایت اخلاقی ممکن است نگرش مثبت نسبت به برند ایجاد کند، اما این احساس لزوماً به تصمیم نهایی برای خرید منجر نمی شود. این نتیجه نشان می دهد که عوامل دیگری مانند جذابیت برند یا اعتماد ممکن است نقش میانجی قوی تری داشته باشند.

نتایج آزمون ها بیانگر آن است که بازاریابی خیرخواهانه تاثیر مثبت و معناداری بر جذابیت برند دارد. این یعنی فعالیت های اجتماعی و مسئولیت پذیرانه شرکت موجب می شود برند از دید

مصرف کنندگان جذاب تر و قابل اعتمادتر تلقی شود. اقدامات خیرخواهانه در واقع هویت اخلاقی برند را تقویت کرده و موجب می شود برند از رقبا متمایز گردد. این نتیجه با یافته های زارع پور نصیرآبادی و همکاران(۱۴۰۲) همسو است که نشان دادند بازاریابی خیرخواهانه و اعتبار برند تاثیر مثبت و معناداری بر جذابیت برند دارند.

نتایج پژوهش نشان داد که جذابیت برند تاثیر مثبت و معناداری بر هویت مصرف کننده با شرکت دارد. زمانی که برند در ذهن مصرف کننده جذاب و دارای ویژگی های مثبت ادراک شود، فرد تمایل بیشتری به همانندسازی با برند پیدا می کند. این همانندسازی موجب ایجاد هویت مشترک میان مصرف کننده و برند می شود. زارع پور نصیرآبادی و همکاران(۱۴۰۲) نیز بر تاثیر مستقیم جذابیت برند بر هویت مشتریان تاکید کرده اند.

در بررسی تاثیر هویت مصرف کننده بر قصد خرید، نتایج نشان داد که این رابطه مثبت و معنادار است. یعنی هرچه مصرف کننده احساس کند ارزش ها و ویژگی های برند با شخصیت و باورهای او همخوانی دارد، احتمال خرید محصولات آن برند افزایش می یابد. هویت قوی با برند موجب ایجاد تعلق خاطر و افزایش تمایل به خرید می شود. این نتیجه با یافته های مطالعات پیشین از جمله چراغ سحر و همکاران (۱۴۰۰) همسو است که نشان دادند ویژگی های مشتریان و هویت برند نقش مهمی در خلق ارزش برند دارند. یافته ها نشان دادند که بازاریابی خیرخواهانه تاثیر مثبت و معناداری بر وفاداری مصرف کنندگان دارد. ارتباطات خیرخواهانه و اقدامات اجتماعی شرکت باعث افزایش حس تعلق، اعتماد و وفاداری در میان مشتریان می شود. مصرف کنندگان نسبت به برندهایی که مسئولیت اجتماعی نشان می دهند احساس احترام بیشتری دارند و تمایل دارند در بلندمدت از آن ها حمایت کنند. این نتیجه با تحقیق تربلانچ و همکاران(۲۰۲۳) مطابقت دارد که نشان دادند مصرف کنندگان تمایل مثبتی نسبت به برندهای دارای رفتار خیرخواهانه دارند.

نتایج پژوهش تایید کرد که وفاداری مصرف کننده تاثیر مثبت و معناداری بر قصد خرید دارد. یعنی مصرف کنندگانی که وفاداری بیشتری به برند دارند، احتمال بیشتری دارد که مجدداً از محصولات برند خرید کنند و آن را به دیگران نیز توصیه نمایند. این رابطه نشان می دهد وفاداری به عنوان یک عامل کلیدی در تصمیم گیری خرید نقش بسزایی دارد و باعث پایداری

رشد کسب و کار می شود.

یافته ها نشان دادند که بازاریابی خیرخواهانه تاثیر مثبت و معناداری بر هویت مصرف کننده دارد. ارتباطات مثبت و دو سویه با مشتریان، به ایجاد هویت قوی تر و اعتماد بیشتر نسبت به شرکت و محصولات آن منجر می شود. این نتیجه همسو با مطالعات ساکتیانا و پراکوسا(۲۰۲۳) است که بیان کردند نگرش های مصرف کنندگان نسبت به برندهای دارای برنامه های بازاریابی خیرخواهانه به طور مثبت بر اهداف و هویت آنان تاثیر می گذارد. در نهایت، نتایج پژوهش نشان داد که جذابیت برند تاثیر مثبت و معناداری بر قصد خرید مصرف کنندگان دارد. برندهای جذاب تر با تصویر ذهنی مثبت و ارزش های اجتماعی قوی، توانایی بیشتری در جلب توجه و ترغیب مشتریان به خرید دارند. این نتیجه نشان می دهد که جذابیت برند نقش میانجی در تقویت قصد خرید دارد و می تواند فرآیند تصمیم گیری مشتریان را تسهیل کند.

در مجموع، این پژوهش تایید می کند که بازاریابی خیرخواهانه می تواند به طور مستقیم و غیر مستقیم از طریق متغیرهای میانجی چون جذابیت برند، هویت مصرف کننده، لذت اخلاقی و وفاداری، قصد خرید مصرف کنندگان را افزایش دهد. همان گونه که مطالعات خنیفر و همکاران(۱۴۰۰) و زارع پور نصیرآبادی و همکاران(۱۴۰۲) نشان داده اند، فعالیت های خیرخواهانه موجب ارتقای احساسات مثبت، اعتماد و تعلق خاطر به برند می شوند. بنابراین، ارتباطات مثبت و خیرخواهانه بین کسب و کارها و مصرف کنندگان نه تنها تجربه خرید را بهبود می بخشد، بلکه موجب افزایش فروش، تقویت وفاداری و رشد پایدار سازمان می گردد.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر پیشنهادات کاربردی در این راستا به شرح زیر است:

- بر اساس تأکید بر اهمیت ارتباطات مثبت و دوسویه با مشتریان، کسب و کارها می‌توانند روی ایجاد ارتباطات قوی و پایدار با مشتریان خود تمرکز کنند. این شامل بهبود خدمات مشتریان، پاسخگویی به نیازها و توقعات آن‌ها، و ایجاد تجربه‌های مثبت در زمینه خرید و مصرف محصولات می‌شود.
- کسب و کارها می‌توانند برنامه‌های بازاریابی خود را بر اساس نتایج مثبت این آزمون‌ها تنظیم کنند. این شامل ایجاد محتوای خیرخواهانه، تأکید بر ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی در تبلیغات، و توجه به ایجاد ارتباطات مثبت و پایدار با مشتریان در طول دوره‌های مختلف مشتری‌مداری می‌شود.

این پیشنهادات به کسب و کارها کمک می‌کنند تا ارتباطات مثبت و موثر با مشتریان خود را ایجاد کرده و بهبود قابل ملاحظه‌ای در تجربه مشتریان و وفاداری آن‌ها به برند و شرکت داشته باشند. این اقدامات می‌توانند نقش مهمی در افزایش فروش، ارتقاء نام و شهرت برند و ایجاد مزیت رقابتی برای کسب و کارها ایفا کنند.

در این راستا از مهمترین محدودیت تحقیق حاضر، آشنا نبودن برند دی دی بود که در تکمیل پرسشنامه مشارکت بیشتری باتوجه به لزوم تجربه خرید از این شرکت آب معدنی خاص در زمان کمپین بازاریابی خیرخواهانه دریافت نشد.

منابع و مأخذ

- بخشی زاده برج، کبری (۱۳۹۷). تاثیر درگیری ذهنی و تردید نسبت به بازاریابی خیرخواهانه بر نگرش مصرف کنندگان به برند، تبلیغات و قصد خرید. ***مدیریت برند***. ۵ (۱۴). ۵۳-۸۲.
- چراغ سحر، رسول. پیرزاد، علی. موسوی، نجم الدین (۱۴۰۰). ارائه مدلی در زمینه تاثیر مولفه های بازاریابی خیرخواهانه بر ارزش ویژه برند در صنعت بیمه. ***دوماهنامه بررسی های بازرگانی***. ۱۹ (۱۰۶). ۱۲۷-۱۴۵.
- خنیفر، حسین. سلطانی نژاد، نیما. رشید، علی اصغر(۱۴۰۰). تاثیر بازاریابی خیرخواهانه بر قصد خرید مصرف کننده (مورد مطالعه: مصرف کنندگان تک ماکارون). ***مدیریت فرهنگ سازمانی***. ۱۹ (۱). ۱-۲۴.
- داوری، علی. رضازاده، آرش(۱۳۹۲). ***مدلسازی معادلات ساختاری با نرم افزار Smart-PLS***. انتشارات جهاد دانشگاهی. تهران.
- زارع پور نصیرآبادی، ابراهیم. غیاث آبادی فراهانی، مریم. اعتدالی، رامین(۱۴۰۲). بررسی تاثیر بازاریابی خیرخواهانه بر هویت مشتری با برند با میانجی گری جذابیت برند. ***چهارمین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم مدیریت و حسابداری ایران***. تهران. ۱-۱۵.
- کریمی، حسین. بخشم، میلاد. الماسی فرد، محمدرسول. یاراحمدی، محسن(۱۴۰۰). ارائه الگوی عوامل موفقیت بازاریابی خیرخواهانه در ایران. ***تحقیقات بازاریابی نوین***. ۱۱ (۴). ۱۷۷-۱۹۰.
- هومن، حیدرعلی (۱۳۹۱). ***راهنمای عملی پژوهش کیفی***. تهران: سمت.
- Bakhshizadeh Borj, K. (۲۰۱۸). The effect of mental involvement and skepticism towards charitable marketing on consumers' attitude towards brands, advertising and purchase intention. ***Brand Management***, *۵*(۱۴), ۵۳–۸۲. (In Persian).
- Behnoosh, S., Naylor, M., & Dickson, G. (۲۰۱۸). The impact of endorsement on a sport-based social marketing campaign. ***International Journal of Sport Management and Marketing***, *۱۸*(۶), ۴۷۸–۵۰۰.
- Cheragh Sahar, R., Pirzad, A., & Mousavi, N. (۲۰۱۱). Presenting a model in the field of the impact of charitable marketing components on brand equity in the insurance industry. ***Bimonthly Business Reviews***, *۱۹*(۱۰۶), ۱۲۷–۱۴۵. (In Persian).

- Davari, A., & Rezazadeh, A. (۲۰۱۳). ***Structural equation modeling with Smart-PLS software***. Jahad Daneshgahi Publications. (In Persian).
- De Cruz, B. P. A. (۲۰۱۷). Social boycott. ***Review of Business Management***, ۱۹(۶۳), ۵–۲۹.
- Deb, M. (۲۰۲۱). The impact of skepticisms in cause-related marketing campaigns on audiences' behavioral intentions with religiosity as a moderator: Focused study on nonprofit organizations in India. ***International Review on Public and Nonprofit Marketing***, ۱۸(۳), ۳۸۷–۴۰۱. https://doi.org/۱۰.۱۰۰۷/s۱۲۲۰۸-۰۲۱-۰۰۲۷۸-۳
- Gao, F. (۲۰۲۰). Cause marketing: Product pricing, design, and distribution. ***Manufacturing & Service Operations Management***, ۲۲(۴), ۷۷۵–۷۹۱.
- Hooman, H. A. (۲۰۱۲). ***Practical guide to qualitative research***. Samt. (In Persian).
- Karimi, H., Bakhsham, M., Almasifard, M. R., & Yarahmadi, M. (۲۰۲۱). Presenting a model of success factors of charitable marketing in Iran. ***Modern Marketing Research***, ۱۱(۴), ۱۷۷–۱۹۰. (In Persian).
- Khneifer, H., Soltaninejad, N., & Rashid, A. A. (۲۰۱۷). The effect of charitable marketing on consumer purchase intention (Case study: Single macaron consumers). ***Organizational Culture Management***, ۱۹(۱), ۱–۲۴. (In Persian).
- Mora, E., Vila-Lopez, N., & Küster-Boluda, I. (۲۰۲۱). Segmenting the audience of a cause-related marketing viral campaign. ***International Journal of Information Management***, ۵۹, ۱۰۲۲۹۶. https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.ijinfomgt.۲۰۲۰.۱۰۲۲۹۶
- Saktiana, G. M., & Prakosa, A. (۲۰۲۳). Investigating the impact of cause-related marketing on consumer attitude and purchase

intention. ***Asian Journal of Social and Humanities***, ۱(۱۲), ۱۱۱۲–۱۱۱۹.

- Seo, H. J., & Song, T. H. (۲۰۲۱). The differential motivation and context effects of cause-related marketing in the hotel industry: The moderating role of consumption value. ***International Journal of Hospitality Management***, ۹۵, ۱۰۲۷۲۱.
- Silva e, S. C., Duarte, P., Machado, J. C., & Martins, C. (۲۰۲۰). Cause-related marketing in online environment: The role of brand-cause fit, perceived value, and trust. ***International Review on Public and Nonprofit Marketing***, ۱۷(۲), ۱۳۵–۱۵۷.
- Singh, S., Kristensen, L., & Villasenor, E. (۲۰۰۹). Overcoming skepticism towards cause-related claims: The case of Norway. ***International Marketing Review***, ۳۱۲–۳۲۶.
- Surianto, M., Setiawan, M., Sumiati, S., & Sudjatno, S. (۲۰۲۰). Cause-related marketing campaigns and repurchase intentions: The mediating role of brand awareness, consumer attitude and corporate image. ***Management Science Letters***, ۱۰(۱۴), ۳۲۳۵–۳۲۴۲.
- Tantawi, P., & Sadek, H. (۲۰۱۹). The impact of celebrity endorsement in cause-related marketing campaigns on audiences' behavioral intentions: Egypt case. ***International Review on Public and Nonprofit Marketing***, ۱۶(۲), ۲۹۳–۳۱۱.
- Terblanche, N. S., Boshoff, C., & Human-Van Eck, D. (۲۰۲۳). The influence of cause-related marketing campaign structural elements on consumers' cognitive and affective attitudes and purchase intention. ***International Review on Public and Nonprofit Marketing***, ۲۰(۱), ۱۹۳–۲۲۳.
- Thomas, S., Jadeja, A., Vaghela, K., & Shreevastava, R. (۲۰۲۲). Investigating the consumers attitude toward brand and purchase intention within the context of cause-related marketing campaign for a pharmacy product. ***International Review on Public and Nonprofit Marketing***, ۱۹(۴), ۶۹۱–۷۰۸.

- Varadarajan, P. R., & Menon, A. (۱۹۸۸). Cause-related marketing: A coalignment of marketing strategy and corporate philanthropy. ***Journal of Marketing***, ۵۲(۳), ۵۸–۷۴.
- Zarepour Nasirabadi, E., Ghiyasabadi Farahani, M., & Etidali, R. (۲۰۱۳). Investigating the effect of charitable marketing on customer brand identity through the mediation of brand attractiveness. ***The Fourth National Conference on Sustainable Development in Management and Accounting Sciences of Iran***, ۱–۱۵. (In Persian).

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ٤٤۱-٤۲۳
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

طراحی الگوی بانکداری باز با رویکرد داده بنیاد در بانک سپه

رضا امیری نسب راوری[۱]
پرویز سعیدی[۲]
جمادوردی گرگانلی دوجی[۳]
محمد امیرخان[٤]

(تاریخ دریافت۸ /۱۴۰۴/۱۰ ـ تاریخ تصویب ۱۴۰۵/۵/۹)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
بانکداری باز به عنوان یکی از ارکان کلیدی تحول دیجیتال در نظام بانکی، می تواند روابط بانک با مشتریان و سایر ذینفعان را ارتقا دهد. این رویکرد بانک ها را از ارائه دهنده صرف خدمات مالی به پلتفرمی برای نوآوری باز و گسترده تبدیل می نماید و هدف از آن، ایجاد شفافیت، نوآوری و رقابت در ارائه ی خدمات بانکی است. هدف این پژوهش، ارائه الگوی بانکداری باز با رویکرد داده‌بنیاد در بانک سپه می باشد. مطالعه حاضر از نوع تحقیق کیفی و

۱- گروه مالی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.
۲- گروه مدیریت و حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران. (نویسنده مسئول).
Parviz.saeedi@iau.ac.ir
۳- گروه مدیریت و حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.
۴- گروه مهندسی صنایع، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد می‌باشد که به منظور شناسایی عوامل و مؤلفه‌های کلیدی استقرار بانکداری باز انجام شده است. جامعه مشارکت‌کننده شامل خبرگان دانشگاهی و بانکی در حوزه بانکداری و اقتصاد بود که به شیوه غیرتصادفی هدفمند و با استفاده از روش گلوله‌برفی انتخاب شدند. جامعه پژوهش شامل خبرگان دانشگاهی و بانکی بود که ۱۴ نفر از آن‌ها به صورت غیرتصادفی هدفمند و با استفاده از روش گلوله‌برفی انتخاب شدند. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری و با روش کدگذاری باز و محوری تحلیل شد تا ساختار مفهومی الگوی بانکداری باز استخراج گردد. این پژوهش در سال ۱۴۰۴ انجام یافته و ابزار آن نرم افزار MAXQDA می باشد که برای تجزیه و تحلیل داده ها با روش های کیفی و ترکیبی استفاده شده است. یافته‌ها نشان داد که موفقیت در استقرار بانکداری باز نیازمند هماهنگی میان زیرساخت‌ها و فناوری، مدیریت و رهبری، آموزش و پرسنل، تجربه و تحقیق، مشتریان و بازار، مالی و سودآوری، محدودیت‌ها و ریسک‌ها و سیاست‌های عملیاتی و مدیریتی است. این عوامل، چارچوبی عملیاتی برای طراحی و پیاده‌سازی بانکداری باز فراهم می‌آورند و مسیر تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی راهبردی در بانک سپه را تسهیل می‌کنند.

کلمات کلیدی :بانکداری باز، طراحی الگو، نظریه داده‌بنیاد، بانک سپه، تحلیل کیفی

۱-مقدمه

تحولات سریع فناوری اطلاعات در دو دهه اخیر، به‌ویژه در حوزه خدمات مالی، منجر به تغییرات اساسی در مدل‌های کسب‌وکار بانک‌ها شده است. در این میان، بانکداری باز به‌عنوان یکی از نوآوری‌های بنیادین، توانسته است چشم‌انداز جدیدی در ارائه خدمات مالی ایجاد کند (کوداما[1]، ۲۰۲۳). بانکداری باز با استفاده از رابط‌های برنامه‌نویسی کاربردی[2] این امکان را فراهم می‌کند که بانک‌ها اطلاعات و خدمات خود را به‌صورت شفاف و استاندارد در اختیار سایر مؤسسات مالی و شرکت‌های نوآور (فین‌تک‌ها) قرار دهند (صراف و یزدانی، ۱۴۰۱). این

۱- Kodama

۲- APIs

امر نه‌تنها منجر به توسعه خدمات مالی متنوع و شخصی‌سازی‌شده می‌شود، بلکه می‌تواند افزایش شفافیت، ارتقای رقابت و بهبود تجربه مشتریان را نیز به‌دنبال داشته باشد. از منظر نظری، بانکداری باز نوعی تغییر پارادایم در بانکداری سنتی محسوب می‌شود (پولاسیک[۱] و همکاران، ۲۰۲۰). در حالی که بانکداری سنتی بر تمرکز خدمات در درون بانک تأکید داشت، بانکداری باز بر اکوسیستم مالی مشارکتی مبتنی است که در آن بانک‌ها نقش تسهیل‌گر و هماهنگ‌کننده را ایفا می‌کنند (بدهام و لوما[۲]، ۲۰۲۳). بر اساس پژوهش‌های بین‌المللی، پیاده‌سازی بانکداری باز سبب افزایش درآمدهای کارمزدی (زائو [۳]و همکاران، ۲۰۱۹)، کاهش هزینه‌های عملیاتی (بوتاکین[۴] و همکاران، ۲۰۲۱)، بهبود کارایی (بالا[۵]، ۲۰۱۷)، افزایش جذب مشتریان جدید و ارتقاء سودآوری (اسفیدانی و همکاران، ۱۳۹۹) شده است. به‌عبارت دیگر، بانکداری باز صرفاً یک تغییر فناورانه نیست، بلکه ابزاری استراتژیک برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار در صنعت بانکداری به شمار می‌رود (الکیلدریم[۶]، ۲۰۲۵). افزون بر این، بانکداری باز به‌عنوان یکی از ارکان کلیدی تحول دیجیتال در نظام بانکی، پیامدهای گسترده‌ای بر روابط بانک با مشتریان و سایر ذینفعان دارد. این رویکرد، بانک‌ها را از ارائه‌دهنده صرف خدمات مالی به پلتفرمی برای نوآوری باز و همکاری گسترده تبدیل می‌کند (پریا و اولیوا[۷]، ۲۰۲۴). در چنین مدلی، بانک می‌تواند با اتصال به استارتاپ‌ها، فین‌تک‌ها و شرکت‌های فناور، طیف وسیعی از خدمات نوین مانند مدیریت هوشمند مالی، وام‌دهی مبتنی بر داده و خدمات شخصی‌سازی‌شده را در اختیار مشتریان قرار دهد (الساهف[۸] و همکاران، ۲۰۲۱). بنابراین، بانکداری باز نه‌تنها یک انتخاب

۱- Polasik

۲- Badham and Luoma

۳- Zhao

۴- Botacin

۵- Bala

۶- Akyildirim

۷- Pereira & Oliveira

۸- Al Sahaf

فناورانه، بلکه ضرورتی استراتژیک برای بقا و رشد بانک‌ها در عصر رقابت دیجیتال به شمار می‌رود (گیلی [۱]و همکاران، ۲۰۲۳). آلنمر [۲] (۲۰۲۰) معتقد است در حال حاضر حجم معاملات و سرمایه گذاری‌ها در فناوری مالی در کل جهان گسترش چشمگیری یافته است که نشان دهنده افزایش تقاضا برای نوآوری‌های نوین در حوزه خدمات مالی بانکی است، زیرا این فناوری‌ها با ارائه ارزش بیشتر، پذیرش و کاربرد آن را تثبیت می‌کنند. از سمتی یلدریم و اردیل [۳] (۲۰۲۳) معتقدند بانک‌ها در تولید برنامه ها نمی توانند پاسخگوی تمامی سلایق و نیازهای روزافزون مشتریان خود باشند و باید از توسعه دهندگان خارج از بانک بهره بگیرند. بانکداری باز این بستر را برای توسعه دهندگان نرم افزار فراهم می‌کند که با دسترسی به سرویس‌های بانکی، علاوه بر تولید انواع مختلف برنامه های کاربردی بانکی، امکانات اتصال نرم افزارهای تجاری و مالی به سرورهای بانک فراهم می شود و تحولی شگرف در سرعت و دقت عملیات مالی ایجاد می‌شود. در همین راستا احامد و همکاران [۴] (۲۰۲۳) ادغان کردند بانکداری باز می‌تواند صنعت بانکداری و عملکرد مالی بانک‌ها را دستخوش تغییرات شگرفتی نماید. در ایران، با وجود آنکه زیرساخت‌های بانکداری الکترونیک تا حدودی توسعه یافته و نظام بانکی طی دو دهه گذشته گام‌هایی در جهت خدمات غیرحضوری، سامانه‌های پرداخت و بانکداری دیجیتال برداشته است، اما استقرار کامل بانکداری باز هنوز در مراحل اولیه قرار دارد. پژوهش‌های محدودی در زمینه شناسایی الزامات و طراحی مدل‌های بانکداری باز در بانک‌های ایرانی انجام شده است. به‌عنوان مثال، جعفری زرمهری و همکاران [۵] (۲۰۲۴) با استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد، مدلی مفهومی برای بانک صادرات طراحی کرده‌اند که ابعاد مختلف بانکداری باز را در سطح سازمانی تبیین می‌کند. با این حال، این مطالعات بیشتر در سطح مفهومی باقی مانده و کمتر به ارتباط مستقیم

۱- Gilli

۲- Alnemer

۳- Yildirim and Erdil

۴- Ahamad

۵- Jafari zarmehri

بانکداری باز با عملکرد مالی بانک‌ها پرداخته‌اند. مطالعات اولیه انجام‌شده نشان داده‌اند که یک الگوی مدون و بومی‌سازی‌شده در این بانک وجود ندارد و همین امر شکاف پژوهشی مهمی را نمایان می‌سازد. در واقع، تاکنون الگویی جامع برای استقرار بانکداری باز در بانک سپه طراحی نشده است و همچنین، تأثیرات احتمالی این تحول بر عملکرد مالی بانک به‌طور نظام‌مند مورد مطالعه قرار نگرفته است. بنابراین، این پژوهش درصدد پر کردن این شکاف تحقیقاتی است و خروجی آن می‌تواند راهگشای پیشرفت‌های جدیدی در حوزه بانکداری باز در ایران باشد. از منظر علمی، این پژوهش درصدد پر کردن خلأ موجود در ادبیات بانکداری ایران است. اگرچه بانکداری باز در سطح بین‌المللی به‌عنوان ابزاری برای ارتقاء عملکرد مالی و نوآوری خدمات مطرح شده است، اما در زمینه ایران و به‌ویژه بانک سپه، تحقیقات اندکی به تبیین رابطه میان استقرار بانکداری باز و عملکرد مالی بانک‌ها پرداخته‌اند. از منظر کاربردی نیز، طراحی الگویی برای استقرار بانکداری باز در بانک سپه می‌تواند نه‌تنها به ارتقاء جایگاه این بانک در صنعت مالی کشور کمک کند، بلکه به‌عنوان الگویی برای سایر بانک‌های ایرانی نیز مورد استفاده قرار گیرد. بنابراین، مسئله اصلی تحقیق حاضر این است که: الگوی استقرار بانکداری باز در بانک سپه چگونه است؟

۲-مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

بانکداری باز، به‌عنوان یک رویکرد نوین در نظام بانکی، امکان اشتراک‌گذاری امن اطلاعات مالی مشتریان بین بانک‌ها و سایر مؤسسات مالی را فراهم می‌کند. هدف اصلی بانکداری باز، ایجاد شفافیت، نوآوری و رقابت در ارائه خدمات بانکی است. این مدل نوآورانه، با فراهم کردن دسترسی کنترل‌شده به داده‌های مشتریان، به بانک‌ها و شرکت‌های فناوری مالی (فین‌تک) این امکان را می‌دهد تا محصولات و خدمات متنوع و سفارشی ارائه دهند و تجربه مشتری را بهبود بخشند (بالا[۱]، ۲۰۱۷). یکی از ویژگی‌های کلیدی بانکداری باز، تمرکز بر مشتری و نیازهای او است. در این رویکرد، بانک‌ها به جای تمرکز صرف بر عملیات داخلی، بر ایجاد ارزش برای

۱- Bala

مشتریان و افزایش رضایت آنان توجه می‌کنند. این رویکرد باعث می‌شود که مشتریان بتوانند از خدمات سریع‌تر، شفاف‌تر و شخصی‌سازی‌شده بهره‌مند شوند و همچنین امکان مقایسه و انتخاب خدمات مالی مناسب برای آنان فراهم گردد (جیلی[۱] و همکاران، ۲۰۲۳). از منظر فناوری، بانکداری باز مستلزم زیرساخت‌های دیجیتال قوی و امن است. استفاده از فناوری‌های نوین، شامل هوش مصنوعی، بلاکچین، سامانه‌های پردازش ابری و استانداردهای امنیتی پیشرفته، نقش اساسی در تضمین امنیت داده‌ها و صحت تراکنش‌ها ایفا می‌کند (طالاری و آذربایجانی، ۱۳۹۹). یکی دیگر از ابعاد مهم بانکداری باز، نقش رهبری و مدیریت سازمانی است. پذیرش این رویکرد نوین نیازمند مدیرانی است که نگرش نوآورانه، خلاقانه و ریسک‌پذیر داشته باشند و توانایی هدایت تغییرات سازمانی را دارا باشند. بدون حمایت و هدایت رهبران سازمان، تغییرات فناوری و استقرار بانکداری باز با موانع جدی مواجه خواهد شد (بدهام[۲]، ۲۰۲۳).

علاوه بر فناوری و رهبری، توانمندی نیروی انسانی نیز یکی از عناصر کلیدی موفقیت بانکداری باز است. کارکنان بانک باید مهارت‌های لازم برای کار با فناوری‌های نوین، تحلیل داده‌ها و ارائه خدمات دیجیتال را داشته باشند. آموزش تخصصی و توسعه مهارت‌ها، همچنین جذب نیروهای خبره، تضمین می‌کند که فرآیندهای بانکداری باز به شکل مؤثر و با کیفیت بالا اجرا شوند (نظرپور و همکاران، ۱۳۹۱). بانکداری باز همچنین با ایجاد فرصت‌های نوآوری و توسعه محصولات مالی جدید، به بانک‌ها امکان می‌دهد که مزیت رقابتی خود را تقویت کنند. با دسترسی به داده‌های مشتریان و تحلیل رفتار آنان، بانک‌ها قادرند محصولات و خدمات شخصی‌سازی‌شده، انعطاف‌پذیر و متناسب با نیاز بازار ارائه دهند. این موضوع به افزایش وفاداری مشتریان و بهبود تجربه آنان کمک می‌کند و جریان درآمد بانک را تقویت می‌نماید (ماتیلا[۳]، ۲۰۲۲).

با وجود مزایای متعدد، بانکداری باز با چالش‌ها و محدودیت‌هایی نیز همراه است. از جمله این

۱- Gilli

۲- Badham

۳- Mattila

محدودیت‌ها می‌توان به مقاومت سازمانی، نگرش سنتی، کمبود زیرساخت‌های فناوری و قوانین ناکافی اشاره کرد. شناسایی و مدیریت این موانع، از اهمیت بالایی برخوردار است تا بانک بتواند بانکداری باز را با کمترین ریسک و بیشترین اثربخشی پیاده‌سازی کند (داهیب[۱] و همکاران، ۲۰۲۰). در نهایت، بانکداری باز یک چارچوب استراتژیک و عملیاتی را برای بانک‌ها فراهم می‌کند که ضمن بهبود عملکرد مالی و ارائه خدمات نوین، به تصمیم‌گیری هوشمندانه و توسعه پایدار سازمان کمک می‌کند. این چارچوب، تلفیقی از فناوری، مدیریت، نیروی انسانی و محوریت مشتری است و مسیر تحول دیجیتال در نظام بانکی را هموار می‌سازد (الساهف[۲] و همکاران، ۲۰۲۱).

مطالعات بین‌المللی نشان می‌دهند که موفقیت بانکداری باز و دیجیتال تحت تأثیر عوامل سازمانی و مشتری‌محور است. توانمندی‌های سازمانی شامل طراحی استراتژی دیجیتال، مدیریت تغییرات فناوری، مدیریت ریسک و امنیت اطلاعات و همکاری با فین‌تک‌ها نقش حیاتی در بهبود نوآوری و تجربه مشتری دارند (پریا[۳] و همکاران، ۲۰۲۴؛ کالو[۴] و همکاران، ۲۰۲۴؛ اکین و پولاتوگلو[۵]، ۲۰۲۰). همچنین کیفیت خدمات، سهولت استفاده، امنیت سیستم‌ها و اعتماد مشتریان، بر پذیرش و وفاداری آنان تأثیر مستقیم دارد (ژانگ[۶]، ۲۰۱۳؛ کوداما[۷]، ۲۰۲۴؛ ترن و همکاران[۸]، ۲۰۲۳).

در ایران نیز پژوهش‌ها نشان داده‌اند که موفقیت در پیاده‌سازی بانکداری باز وابسته به مدیریت تغییر، استراتژی دیجیتال، توسعه همکاری با فین‌تک‌ها و چارچوب‌های حکمرانی دیجیتال است

۱- Dhieb
۲- Al Sahaf
۳- Pereira
۴- Kaulu
۵- Polatoglu and Ekin
۶- Zhang
۷- Kodama
۸- Tran

(یدالهی و همکاران، ۱۴۰۴؛ خسروپور و همکاران، ۱۴۰۳). همچنین کیفیت خدمات، رضایت و تجربه مشتری و پذیرش نوآوری، تأثیر قابل توجهی بر جریان درآمد و کاهش هزینه‌های عملیاتی دارند (صراف و یزدانی، ۱۴۰۱؛ زهرا لطیفی، ۱۳۹۷). با وجود این پژوهش‌ها، تاکنون هیچ مطالعه‌ای یک الگوی عملیاتی و تحلیلی جامع برای استقرار بانکداری باز در بانک‌های ایرانی ارائه نکرده است. پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد داده‌بنیاد و تحلیل مصاحبه‌های خبرگان، شاخص‌های کلیدی و زیرشاخص‌های بانکداری باز را شناسایی کرده و چارچوبی بومی و کاربردی برای بانک سپه ارائه می‌دهد.

با توجه به مطالعات پیشین، پژوهش‌ها به طور گسترده به شناسایی عوامل مؤثر بر پذیرش و موفقیت بانکداری باز پرداخته‌اند و مولفه‌هایی مانند زیرساخت‌ها و فناوری، مدیریت تغییر، کیفیت خدمات و تجربه مشتری مورد توجه قرار گرفته‌اند. با این حال، اکثر تحقیقات به صورت موردی یا بر اساس چارچوب‌های نظری محدود بوده‌اند و هیچ مطالعه‌ای تاکنون یک الگوی عملیاتی و مفهومی جامع برای استقرار بانکداری باز در بانک‌های ایرانی ارائه نکرده است. پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد داده‌بنیاد، با جمع‌آوری داده‌ها از خبرگان بانکی و دانشگاهی و تحلیل آن‌ها به روش کدگذاری باز و محوری، توانسته است شاخص‌های کلیدی و زیرشاخص‌های مرتبط با بانکداری باز را شناسایی و یک الگوی کاربردی و بومی ارائه دهد. این روش، امکان استخراج روابط واقعی و ملموس بین مؤلفه‌ها و طراحی یک چارچوب عملیاتی برای بانک سپه را فراهم می‌کند و نوآوری اصلی این تحقیق در طراحی مدل بومی و تحلیلی مبتنی بر داده‌های میدانی نهفته است.

۳-روش پژوهش

هدف پژوهش حاضر ارائه‌ی الگوی بانکداری باز با رویکرد نظریه داده‌بنیاد در بانک سپه می باشد. جامعه مشارکت‌کننده شامل خبرگان دانشگاهی و بانکی در حوزه بانکداری و اقتصاد بود که به شیوه غیرتصادفی هدفمند و با استفاده از روش گلوله‌برفی انتخاب شدند. تعداد شرکت‌کنندگان در فاز کیفی ۱۴ نفر بود و فرآیند جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. این پژوهش در سال ۱۴۰۴ انجام یافته و ابزار آن نرم افزار مکس کیودا

(MAXQDA) می باشد که از آن برای تجزیه و تحلیل داده ها با روش های کیفی و ترکیبی استفاده شده است.

معیارهای انتخاب خبرگان شامل داشتن مدرک دکتری مرتبط، حداقل ۱۰ سال سابقه کاری، عضویت در هیئت علمی و فعالیت پژوهشی در حوزه بانکداری باز بود. داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری شدند و پرسش‌ها بر اساس ادبیات پژوهش و نظر اساتید راهنما و مشاور طراحی شد. این روش امکان تبادل نظر، هدایت بحث و طرح سؤالات تکمیلی برای کشف دقیق‌تر اطلاعات را فراهم کرد.

تحلیل داده‌ها با استفاده از روش گلیزر و استراوس در نظریه داده‌بنیاد انجام شد که شامل سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی بود. این فرآیند، استخراج شاخص‌ها و ابعاد اصلی بانکداری باز و طراحی الگوی مفهومی را ممکن ساخت.

٤-یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، پس از انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۴ نفر از خبرگان دانشگاهی و بانکی و کدگذاری باز داده‌ها، کدهای اولیه استخراج و تحلیل شدند. این کدها به‌صورت مفهومی و کوتاه نشان‌دهنده مهم‌ترین مفاهیم، فرصت‌ها، مزایا، موانع و عوامل تأثیرگذار در پیاده‌سازی بانکداری باز بودند و پایه‌ای برای مرحله بعدی تحلیل فراهم کردند.

در مرحله کدگذاری محوری، کدهای باز بر اساس مفاهیم مشترک گروه‌بندی شده و به شاخص‌های اصلی و فرعی تبدیل شدند. شاخص‌های اصلی نمایانگر حوزه‌های کلیدی مؤثر بر موفقیت بانکداری باز هستند و شاخص‌های فرعی، ابعاد دقیق‌تر و عملیاتی هر حوزه را مشخص می‌کنند. این شاخص‌ها شامل موارد زیر است:

۱. **زیرساخت‌ها و فناوری :**اهمیت بسترهای فنی و نرم‌افزاری برای اجرای بانکداری باز، شامل فناوری نوین، سیستم‌های هوش مصنوعی، امنیت و استانداردهای روز.
۲. **مدیریت و رهبری :**نقش رهبران و مدیران در پذیرش و اجرای بانکداری باز، شامل نگرش نوآورانه، اراده و انگیزه مدیران.

۳. **آموزش و پرسنل :**توانمندی نیروی انسانی، شامل آموزش تخصصی، مهارت و جذب نیروهای خبره برای استفاده از فناوری‌های نوین.

۴. **تجربه و تحقیق :**یادگیری از تجربه داخلی و خارجی سایر بانک‌ها برای تصمیم‌گیری دقیق و کاهش ریسک‌ها.

۵. **مشتریان و بازار :**پاسخگویی به نیازهای مشتریان و افزایش رضایت آن‌ها، شامل جذب مشتری جدید و ارتقای تجربه مشتری.

۶. **مالی و سودآوری :**بهبود عملکرد مالی بانک از طریق کاهش هزینه‌ها، افزایش سود و ایجاد مزیت رقابتی.

۷. **محدودیت‌ها و ریسک‌ها :**چالش‌ها و موانع اجرای بانکداری باز، شامل تفکرات سنتی، عدم ریسک‌پذیری و نبود زیرساخت‌های قانونی کافی.

۸. **سیاست‌های عملیاتی و مدیریتی :**راهکارهای مدیریتی و برنامه‌ریزی برای پیاده‌سازی بانکداری باز، شامل تدوین استراتژی، آموزش مدیران، ایجاد بانکداری باز آزمایشی و همکاری با بانک‌ها و شرکت‌های موفق.

این شاخص‌ها چارچوب مفهومی جامعی برای طراحی و اجرای بانکداری باز در بانک سپه فراهم می‌کنند و مسیر تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی استراتژیک در بانک را تسهیل می‌نمایند.

جدول شماره (۱) - نتایج کدگذاری محوری

دسته داده بنیاد	شاخص‌های اصلی / فرعی مرتبط	توضیح نقش
عوامل علی (علت‌ها)	مدیریت و رهبری: نگرش نوین و خلاقانه مدیران، اراده و انگیزه مدیران	این عوامل زمینه شکل‌گیری تصمیم و راهبرد بانکداری باز را فراهم می‌کنند.
کنش‌ها / راهبردها	سیاست‌های عملیاتی و مدیریتی: تشریح استراتژی و آموزش مدیران، ایجاد بانکداری باز آزمایشگاهی و سرمایه‌گذاری کوچک، مشاوره و همکاری با بانک‌ها و شرکت‌های موفق	اقدامات و سیاست‌هایی که مسیر عملیاتی شدن بانکداری باز را هدایت می‌کنند.
بستر / زمینه	زیرساخت‌ها و فناوری: فناوری نوین و سیستم‌های هوش مصنوعی، امنیت و استانداردهای روز. آموزش و پرسنل: آموزش تخصصی و مهارت، جذب و به‌کارگیری نیروهای خبره	فراهم کردن شرایط فنی، انسانی و سازمانی برای اجرای بانکداری باز.
عوامل مداخله‌گر	محدودیت‌ها و ریسک‌ها: تفکرات سنتی و عدم ریسک‌پذیری، نبود زیرساخت و قوانین کافی. تجربه و تحقیق: استفاده از مدل‌های موفق داخلی و خارجی.	عواملی که می‌توانند مسیر پیاده‌سازی را تسهیل یا کند کنند و بر نتایج اثرگذارند.
پیامدها / نتایج	مشتریان و بازار: جذب مشتری جدید، رضایتمندی و تجربه مشتری مالی و سودآوری: کاهش هزینه‌ها، افزایش سود و مزیت رقابتی	نتایج و پیامدهای اجرای بانکداری باز برای بانک، مشتریان و سیستم مالی کشور.

در این پژوهش، برای تحلیل داده‌های مصاحبه‌ها و کدگذاری‌های اولیه، پنج دسته داده بنیادین شناسایی شد که به شکل نظام‌مند، عوامل مؤثر بر استقرار بانکداری باز در بانک سپه را توضیح می‌دهند. مقوله محوری این مطالعه «استقرار بانکداری باز» است و تمام دسته‌ها حول این مقوله سازماندهی شده‌اند.

دسته اول: عوامل علی (علت‌ها)

این دسته شامل شاخص‌هایی است که به عنوان عوامل اصلی زمینه‌ساز و محرک استقرار بانکداری باز عمل می‌کنند. مدیریت و رهبری، با نگرش نوین و خلاقانه و همچنین اراده و انگیزه

مدیران، از مهم‌ترین عوامل علی محسوب می‌شوند، زیرا تصمیمات راهبردی و تغییر نگرش سازمانی بدون وجود این ویژگی‌ها امکان‌پذیر نخواهد بود.

دسته دوم: کنش‌ها و راهبردها

این دسته شامل سیاست‌ها، برنامه‌ها و اقدامات اجرایی است که روند استقرار بانکداری باز را هدایت و تسهیل می‌کنند، که شامل تشریح استراتژی‌ها، آموزش مدیران، ایجاد پروژه‌های آزمایشی بانکداری باز و همکاری با بانک‌ها و شرکت‌های موفق است. این دسته نشان می‌دهد که چگونه اقدامات سازمانی و راهبردی می‌توانند تغییرات را به واقعیت تبدیل کنند.

دسته سوم: بستر و زمینه

این دسته به عوامل ساختاری و محیطی مرتبط است که امکان پیاده‌سازی بانکداری باز را فراهم می‌کنند. زیرساخت‌ها و فناوری شامل فناوری نوین، سیستم‌های هوش مصنوعی و استانداردهای امنیتی است و آموزش و پرسنل نیز شامل توسعه مهارت‌ها و جذب نیروهای متخصص می‌شود. فراهم کردن این بسترها، پیش‌نیاز ضروری برای اجرای موفق بانکداری باز است.

دسته چهارم: عوامل مداخله‌گر

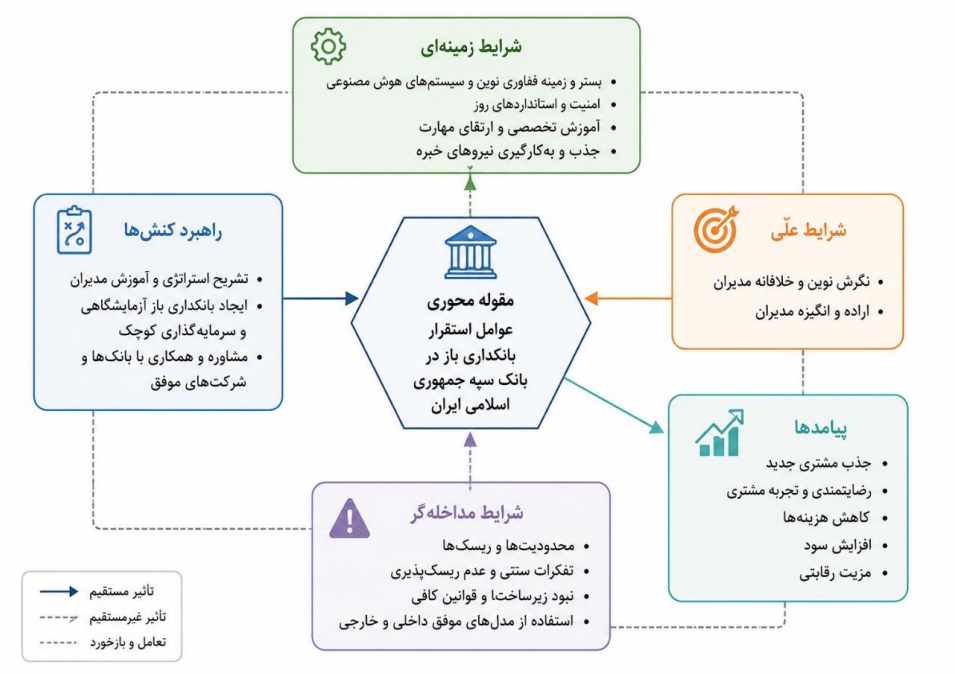
این دسته شامل موانع و عوامل بازدارنده‌ای است که می‌توانند مسیر استقرار بانکداری باز را تحت تأثیر قرار دهند یا تعدیل کنند. از جمله این عوامل می‌توان به تفکرات سنتی و کم‌ریسک مدیران، نبود قوانین و زیرساخت‌های کافی، و محدودیت تجربه و تحقیق اشاره کرد. شناخت این عوامل، سازمان را قادر می‌سازد تا راهبردهایی برای کاهش تأثیر آن‌ها تدوین کند.

دسته پنجم: پیامدها و نتایج

این دسته نشان‌دهنده تأثیرات و نتایج اجرای بانکداری باز است. شاخص‌های آن شامل رضایتمندی و تجربه مشتری، جذب مشتری جدید، کاهش هزینه‌ها و افزایش سود و مزیت رقابتی می‌شود. بررسی پیامدها به سازمان کمک می‌کند تا ارزش و اثربخشی اجرای بانکداری باز را ارزیابی کند و راهکارهای بهینه‌سازی آن را شناسایی نماید.

در مجموع، این پنج دسته داده به پژوهش امکان می‌دهد که عوامل، کنش‌ها، زمینه‌ها، موانع و پیامدهای استقرار بانکداری باز را به صورت نظام‌مند تحلیل کرده و یک مدل تحلیلی منسجم برای بانک سپه ارائه دهد. بر این اساس الگو پارادیمی مولفه‌های استقرار بانکداری باز در بانک

سپه در نمودار شماره (۱) آمده است.



نمودار شماره (۱) - الگوی پارادیمی استقرار بانکداری باز در بانک سپه

کدگذاری انتخابی: پس از استخراج بیش از ۱۷۰ کد اولیه از ۱۴ مصاحبه با مدیران و کارشناسان بانک سپه و سازماندهی آن‌ها در قالب شاخص‌های اصلی و فرعی، مرحله کدگذاری انتخابی انجام شد تا داده‌ها حول مقوله محوری پژوهش یعنی استقرار بانکداری باز در بانک سپه یکپارچه شوند. این مرحله نشان داد که عوامل مختلف در تعامل پیچیده با یکدیگر عمل می‌کنند و موفقیت بانکداری باز وابسته به هم‌افزایی میان فناوری، مدیریت، نیروی انسانی و سیاست‌های سازمانی است. فناوری‌های نوین و سیستم‌های هوش مصنوعی، امنیت و استانداردهای روز به عنوان پیش‌نیاز اولیه، نقش حیاتی در تسهیل فرآیندها و ارائه خدمات سریع و مطمئن دارند. در کنار آن، نگرش نوین و خلاقانه مدیران، اراده و انگیزه آنان، بدون زیرساخت فنی کافی، پروژه بانکداری باز موفق نخواهد شد. توانمندسازی نیروی انسانی از طریق آموزش تخصصی و جذب

کارشناسان خبره، ستون اصلی اجرای موفق است و استفاده از مدل‌های موفق داخلی و خارجی می‌تواند ریسک‌ها را کاهش داده و فرآیند اجرا را تسهیل کند.

طراحی خدمات بانکداری باز، جذب مشتریان جدید و افزایش رضایتمندی و تجربه مشتری را تقویت می‌کند و بهبود عملکرد مالی بانک، کاهش هزینه‌ها و افزایش مزیت رقابتی در تعامل مستقیم با فناوری، آموزش و حمایت مدیریتی شکل می‌گیرد، در حالی که محدودیت‌ها و موانع سنتی همچنان اثر بازدارنده دارند. تدوین استراتژی، آموزش مدیران، ایجاد پروژه‌های آزمایشی و سرمایه‌گذاری محدود، پذیرش بانکداری باز را در سطح سازمانی تسهیل می‌کند.

در مجموع، کدگذاری انتخابی امکان شناسایی روابط علی، کنش‌ها، زمینه‌ها و پیامدها را فراهم کرد و پایه‌ای برای طراحی مدل تحلیلی بانکداری باز در بانک سپه ایجاد نمود. این مدل نشان می‌دهد که موفقیت استقرار بانکداری باز نتیجه تعامل هماهنگ میان فناوری، مدیریت، آموزش، تجربه، بازار و سیاست‌های سازمانی است و می‌تواند به ارائه توصیه‌های عملی و سیاست‌گذاری برای پیاده‌سازی موفق این رویکرد منجر شود.

نتایج پژوهش حاضر در راستای مطالعات پیشین بوده و با یافته‌های محققان داخلی و خارجی هم‌راستا است. تأثیر مثبت و معنی‌دار بانکداری باز بر عملکرد مالی بانک سپه با نتایج تحقیق ایمان و همکاران[۱] (۲۰۲۳) و کلزی و همکاران[۲] (۲۰۲۱) که نشان داد پذیرش نوآوری‌های بانکداری باز رضایت و تجربه مشتریان را افزایش می‌دهد، همسو است. همچنین اهمیت زیرساخت‌ها و فناوری و نقش مدیریت و رهبری در موفقیت بانکداری باز، مشابه نتایج پژوهش پریا و اولیوریا[۳] (۲۰۲۴) و یدالهی و همکاران (۱۴۰۴) است که بر ضرورت توانمندی‌های پویا و چارچوب حکمرانی دیجیتال برای پیاده‌سازی موفق بانکداری باز تأکید کردند.

نقش آموزش و پرسنل و بهره‌گیری از تجربه و تحقیق در افزایش عملکرد مالی با مطالعات آگوشی و نجفی (۱۳۹۸) و زهرا لطیفی (۱۳۹۷) هم‌راستا است که بر اهمیت آموزش تخصصی،

۱- Iman

۲- Kellezi

۳- Pereira & Oliveira

مدیریت دانش و استفاده از مدل‌های موفق داخلی و خارجی تأکید داشتند. همچنین اثر مثبت مشتریان و بازار بر عملکرد مالی با نتایج کالو و همکاران[۱] (۲۰۲۴) و ژانگ[۲] (۲۰۱۳) همخوانی دارد که نشان داد رضایت و تجربه مشتری از کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک و نوآوری‌های دیجیتال تأثیر می‌پذیرد.

از سوی دیگر، اثر منفی محدودیت‌ها و ریسک‌ها نیز با یافته‌های صراف و یزدانی (۱۴۰۱) همسو است، چرا که نبود زیرساخت‌ها، قوانین ناکافی و تفکرات سنتی می‌تواند تأثیر اقدامات بانکداری باز را کاهش دهد. به طور کلی، نتایج این پژوهش، همگام با تحقیقات پیشین، اهمیت هماهنگی بین فناوری، مدیریت، آموزش نیروی انسانی و بازار برای ارتقای عملکرد مالی بانک‌ها را تأیید می‌کند و چارچوب عملیاتی مناسبی برای استقرار بانکداری باز ارائه می‌دهد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات کاربردی

هدف این پژوهش ارائه الگوی استقرار بانکداری باز در بانک سپه و شناسایی شاخص‌ها و مؤلفه‌های مؤثر بر موفقیت این استقرار بود. نتایج این پژوهش نشان داد که استقرار بانکداری باز در بانک سپه مستلزم هم‌افزایی میان زیرساخت‌ها و فناوری، مدیریت و رهبری، آموزش و پرسنل، تجربه و تحقیق، مشتریان و بازار، مالی و سودآوری، محدودیت‌ها و ریسک‌ها و سیاست‌های عملیاتی و مدیریتی است. فناوری‌های نوین و سیستم‌های هوش مصنوعی، همراه با نگرش نوآورانه و حمایت مدیران، توانمندسازی نیروی انسانی و استفاده از تجربیات موفق داخلی و خارجی، زمینه را برای پیاده‌سازی موفق بانکداری باز فراهم می‌کنند. علاوه بر این، بانکداری باز می‌تواند رضایت مشتریان، تجربه خدمات، کاهش هزینه‌ها و افزایش سودآوری را ارتقا دهد، در حالی که محدودیت‌های سازمانی و قوانین ناکافی مانع تحقق کامل این اهداف می‌شوند.

۱- Kaulu

۲- Zhang

این یافته‌ها با مطالعات پیشین هم‌راستا است و نشان می‌دهد که توانمندی‌های سازمانی، مدیریت تغییر، زیرساخت‌های فناوری و کیفیت خدمات نقش محوری در پذیرش و موفقیت بانکداری باز دارند. همان‌طور که پژوهش‌های پریا و همکاران (۲۰۲۴)، یدالهی و همکاران (۱۴۰۲) و کالو و همکاران (۲۰۲۴) نشان داده‌اند، ترکیب فناوری، مدیریت نوآورانه و تجربه مشتری، موفقیت و پذیرش خدمات دیجیتال و بانکداری باز را تقویت می‌کند. همچنین نقش آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی در هماهنگی با سیاست‌های مدیریتی و ایجاد چارچوب‌های عملیاتی مؤثر، مطابق با نتایج تحقیقات صراف و یزدانی (۱۴۰۱) و زهرا لطیفی (۱۳۹۷) تأیید شده است.

با توجه به یافته‌ها، پیشنهاد می‌شود که بانک سپه برنامه‌ریزی دقیقی برای توسعه زیرساخت‌های فناوری و امنیت اطلاعات انجام دهد و آموزش‌های تخصصی و مهارت‌افزایی مستمر برای پرسنل فراهم گردد. همچنین، مدیران باید نگرش نوآورانه و ریسک‌پذیری خود را افزایش دهند و پروژه‌های آزمایشی بانکداری باز را اجرا کنند تا فرآیند تغییر به صورت کنترل‌شده و پایدار تحقق یابد. برای ارتقای تجربه مشتری و رضایت آن‌ها، طراحی خدمات با تمرکز بر سهولت استفاده، امنیت و ارزش افزوده پیشنهاد می‌شود. از منظر پژوهشی، توصیه می‌شود تحقیقات آینده با نمونه بزرگ‌تر و در بانک‌های دیگر یا کشورهای مختلف انجام شود تا قابلیت تعمیم یافته‌ها افزایش یابد و همچنین از مدل‌های کمی پیشرفته‌تر برای تحلیل تأثیر بانکداری باز بر عملکرد مالی بهره گرفته شود.

با این وجود، این پژوهش با محدودیت‌هایی مواجه بود. نخست، نمونه مصاحبه‌ها محدود به خبرگان بانکی و دانشگاهی و تعداد ۱۴ نفر بود که ممکن است دیدگاه‌های دیگر کارشناسان و مدیران بانک را به طور کامل منعکس نکند. دوم، داده‌های کمی به جامعه آماری بانک سپه محدود شد و نتایج ممکن است برای سایر بانک‌ها یا کشورها قابل تعمیم نباشد. سوم، محدودیت‌های زمانی و دسترسی به اطلاعات حساس بانکی، امکان بررسی برخی ابعاد بانکداری باز و پیامدهای مالی آن را کاهش داد.

منابع

آگوشی، کاظم و نجفی، حسین. (۱۳۹۸)، بررسی مدل هوشمندی کسب و کار جهت پیاده سازی رویکرد مدیریت مبتنی بر مشتری (مطالعه موردی: بانک پارسیان)، **دومین کنفرانس ملی تحقیقات بنیادین در مدیریت و حسابداری**، تهران-دانشگاه شهید بهشتی -دانشکده مدیریت و حسابداری، دبیرخانه دائمی کنفرانس.

خسروپور، حسین ، الیاسی، مهدی ، قاضی نوری، سید سروش و تقوا، محمدرضا . (۱۴۰۳). چارچوب حکمرانی تحول دیجیتال برای بانکداری باز در بانک‌های تجاری ایران. **فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی**, ۱۷(۲), ۲۳-۵۵.

صراف، فاطمه، و یزدانی، محمد. (۱۴۰۱). شناسایی عوامل مؤثر بر بانکداری باز. **شباک**، ۸(۲ (پیاپی ۶۵)، ۲۱-۳۶.

یداللهی، م.، گروسی مختارزاده، ن.، & جعفرنژاد، ا. (۱۴۰۴). مدل پویایی توانمندی‌های میان‌داری شرکت‌های بزرگ در گذر به بانکداری باز. **فصلنامه مدیریت صنعتی**، ۱۷(۱)، ۱۳۱–۱۶۲

طالاری، محمد، و آذربایجانی، مرضیه. (۱۳۹۹). طراحی و تبیین مدل راهبرد باز (مورد مطالعه: صنعت بانکداری ایران). **اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت)**، ۱۴(۲ (پیاپی ۲۸))، ۷۴۳-۷۷۸.

اسفیدانی، محمدرحیم، کیماسی، مسعود، و اورعی، سیدحسین. (۱۳۹۹). ارائه چارچوب مدل کسب و کار بانک های تجاری با رویکرد بانکداری باز. **مدیریت فردا**، ۱۹(۶۵)، ۹۵-۱۲۲.

نظرپور، محمدنقی، یوسفی، محمدرضا، و حقیقی، میثم. (۱۳۹۱). امکان سنجی اجرایی گواهی سپرده قابل معامله به عنوان ابزار عملیات بازار باز در نظام بانکداری بدون ربا. **پژوهشهای اقتصادی ایران**، ۱۷(۵۳)، ۱۵۹-۱۸۵.

لطیفی، زهرا. (۱۳۹۷). شناسایی و جانمایی مولفه های استراتژیک در مدل کسب و کار بانکداری باز، **بیست و هشتمین همایش سالانه سیاست های پولی و ارزی :با موضوع: اصلاحات ساختاری برای ثبات مالی**،تهران.

Akyildirim, E. (۲۰۲۵). Global perspectives on open banking: Regulatory impacts and market implications. ***Journal of Financial Regulation***, ۱۵(۲), ۱۲۳-۱٤٥. https://doi.org/۱۰.۱۰۱٦/j.jfr.۲۰۲٥.۰۱.۰۰۳

Alnemer, H.A. (۲۰۲۲).Determinants of digital banking adoption in the Kingdom of Saudi Arabia: a technology acceptance model approach", **Digital Business**, Vol. ۲ No. ۲, ۱۰۰۰۳۷, doi: ۱۰.۱۰۱٦/j.digbus.۲۰۲۲.۱۰۰۰۳۷.

Ahamad, S., Al-Jaifi, H. A. A., & Ehigiamusoe, K. U. (۲۰۲۳). Impact of intellectual capital on microfinance institutions' efficiency: The moderating role of external governance. **Journal of Knowledge Economy**, ۱٤(۲), ٦۹۱–۷۱۳. doi:۱۰.۱۰۰۷/s۱۳۱۳۲-۰۲۲-۰۰۹۳۷-۸.

Kodama, M. (۲۰۲۳). *Management system for strategic innovation: building dynamic capabilities view of the firm.* **Routledge**.

Pereira, G. de P., & Oliveira, M. (۲۰۲٤). Using dynamic capabilities to cope with digital transformation in traditional financial institutions. **Journal of Strategic and International Studies**, ۱۷(۲), ٤٥–٥۸. https://doi.org/۱۰.۱۰۱٦/j.jsis.۲۰۲٤.۰٤.۰۰۳

Kodama, M. (۲۰۲٤). Dynamic capabilities and asset orchestration, **Knowledge and Process Management**, ۳۱(۲), ۱۰۱-۱۲۷.

Al Sahaf, M., & Al Tahoo, L. (۲۰۲۱). Examining the key success factors for startups in the kingdom of Bahrain. **International Journal of Business Ethics and Governance**, ٤(۲), ۹–٤۹. DOI: ۱۰.٥۱۳۲٥/ijbeg.v٤i۲.٦٥

Badham, M., and Luoma-aho, V. (۲۰۲۳). Introduction to the handbook on digital corporate communication. **In Handbook on digital corporate communication** (pp. ۱-۱٦). Edward Elgar Publishing. DOI: ۱۰.٤۳۳۷/۹۷۸۱۸۰۲۲۰۱۹٦۳.۰۰۰۰۹

Bala, M. (۲۰۱۷). Digital Transformation: Review of Concept, Digital Framework, and Challenges. In V. P. Gupta & D. Bansal (Eds.). **Theoretical and Empirical Development in Management and IT** (۱st ed., pp. ۱۳۳-۱٥۲). Swaranjali Publication. https://ssrn.com/abstract=۳٥٥٥۲۸۲

Gilli, K., Nippa, M., & Knappstein, M. (۲۰۲۳). Leadership competencies for digital transformation: An exploratory content analysis of job advertisements. **German Journal of Human Resource Management**, ۳۷(۱), ٥۰-۷٥. DOI: ۱۰.۱۱۷۷/۲۳۹۷۰۰۲۲۲۲۱۰۸۷۲٥۲

Kaulu, B., Kaulu, G. and Chilongo, P. (۲۰۲٤).Factors influencing customers' intention to adopt e-banking: a TAM and cybercrime perspective using structural equation modelling. **Journal of Money and Business**, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. https://doi.org/۱۰.۱۱۰۸/JMB-۰۱-۲۰۲٤-۰۰۰۷

Mattila, J. (۲۰۲۲). Governance of digital transformation: As observed in two cases of military transformations. **ECMLG**, ۱۸(۱), ۳۰۰-۳۰۹. DOI: ۱۰.۳٤۱۹۰/ecmlg.۱۸.۱.۷۰٥

Tran, P., Le, T., & Phan, N. (۲۰۲۳). Digital transformation of the banking industry in developing countries. **International Journal of Professional Business Review**, ۸, ۱-۲٤.

Jafari Zarmehri, M., Hosseinzadeh, A., & Jannesar Ahmadi, H. (۲۰۲٤).

Designing an Open Banking Model by Using the Grounded Theory Approach in Bank Saderat. **Journal of System Management**, ۱۰(۲), ۱۲۳–۱۴۳.

Polasik, M., Huterska, A., Iftikhar, R. and Mikula, Š., (۲۰۲۰). The impact of Payment Services Directive ۲ on the PayTech sector development in Europe. **Journal of Economic Behavior & Organization**, ۱۷۸, pp.۳۸۵-۴۰۱.

Polatoglu, V.N., Ekin, S. (۲۰۲۰). An empirical investigation of the Turkish consumer acceplace of internet banking services. **Inremational Journal of Bank Marketing**, ۱۹(٤): ۱٥٦-۱٦٥ ۱٤. Retrieved from hulp://www.el.ir/simplelist/۸۲۳٦aspx.

Kellezi, D., Boegelund, C. and Meng, W., (۲۰۲۱). Securing Open Banking with Model-View-Controller Architecture and OWASP. **Wireless communications and mobile computing**, ۲۰۲۱(۱), p.۸۰۲۸۰۷۳.

Dhieb, N., Ghazzai, H., Besbes, H. and Massoud, Y., (۲۰۲۰). A secure ai-driven architecture for automated insurance systems: Fraud detection and risk measurement. **IEEE Access**, ۸, pp.٥٨٥٤٦-٥٨٥٥٨.

Iman, N., Nugroho, S.S., Junarsin, E. and Pelawi, R.Y. (۲۰۲۳) .Is technology truly improving the customer experience? Analysing the intention to use open banking in Indonesia. **International Journal of Bank Marketing**, Vol. ٤١ No. ٧, pp. ١٥٢١-١٥٤٩

Zhao, Q Tsai P.H. and Wang, J.L. ۲۰۱۹ Improving financial service innovation strategies for enhancing china's banking industry competitive advantage during the fintech revolution: A Hybrid MCDM model. **Sustainability**, ۱۱(٥), p.۱٤۱۹.

Botacin, M., Aghakhani, H., Ortolani, S., Kruegel, C., Vigna, G., Oliveira, D., Geus, P.L.D. and Grégio, A., (۲۰۲۱). One size does not fit all: A longitudinal analysis of brazilian financial malware. **ACM Transactions on Privacy and Security (TOPS)**, ۲٤(۲), pp.۱-۳۱.

Yildirim, A.C. and Erdil, E. (۲۰۲۳).The effect of Covid-۱۹ on digital banking explored under business model approach. **Qualitative Research in Financial Markets**, Vol. ١٦ No. ١, pp. ٨٧-١٠٧, doi: ١٠.١١٠٨/QRFM-٠٨-٢٠٢١-٠١٤٢.

Zhang, J., Shan, J. and Wang, S. (۲۰۱۳), "Location strategies of multinational banking under risk and asymmetric information", **Nankai Business Review International**, Vol. ٤ No. ٢, pp. ١٣٠-١٤٦. https://doi.org/١٠.١١٠٨/٢٠٤٠٨٧٤١٣١١٣٢٣٣٣٥

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ٤۷٦-٤٤۲
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

شناسایی و الویت‌بندی شاخص های شایستگی مدیران مبتنی بر حکمرانی متعالی (مطالعه موردی: بانک توسعه صادرات ایران)

غلامرضا رومیانی‌نژاد [۱]
محمدرضا جابرانصاری [۲]
حجت طاهری گودرزی [۳]
محمد طاهری روزبهانی [٤]

(تاریخ دریافت۱۴۰۴/۱۱/۷ - تاریخ تصویب ۱۴۰۵/۵/۶)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
شایستگی، ترکیبی از دانش، مهارت‌ها، توانایی‌ها و ویژگی‌های قابل اندازه‌گیری است که به بهبود عملکرد کارکنان سازمان کمک می‌کند و در نتیجه، به موفقیت و پیروزی سازمان می‌انجامد. باور شیعه به امامت و داشتن عصمت در رابطه با ائمه اطهار، نشات گرفته از شایسته محوری و واگذار کردن حکومت به دست اولیا، یک حقیقت منطقی و قرآنی است، زیرا جایگاه

۱- گروه مدیریت، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران.
۲- گروه مدیریت، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران. (نویسنده مسئول) **j.ansari@iau.ac.ir**
۳- گروه مدیریت، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران.
۴- گروه مدیریت، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران.

مدیریت در رویکرد اسلامی به عنوان امانتی بوده که به فرد یا رهبر سپرده می‌شود. هدف پژوهش حاضر شناسایی و الویت بندی شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ نوع شناسی پژوهش در زمره پژوهشهای آمیخته با رویکرد کیفی و کمی در پارادایم استقرایی-قیاسی است. جامعه آماری این پژوهش در بخش کیفی کلیه خبرگان و اساتید رشته مدیریت است که با توجه به هدف پژوهش، نمونه گیری در این پژوهش به صورت هدفمند و به تعداد ۱۹ نفر انجام شد. جامعه آماری بخش کمی مدیران بانک توسعه صادرات ایران می باشند که با استفاده از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی دردسترس حجم نمونه تعیین شد. در بخش کیفی، داده های کیفی بدست آمده از مصاحبه ها با استفاده از نرم افزار MaxQda۲۰۲۰ و روش کدگذاری و بخش کمی پژوهش و تحلیل نهایی با استفاده از روش دلفی فازی انجام شد. با استفاده از داده های کیفی به دست آمده از مصاحبه های اکتشافی شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی در قالب ۱۲ عامل مشخص و سپس با استخراج این عوامل، از طریق پژوهش کمیّ رتبه بندی شدند. نتایج پژوهش نشان داد از بین شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی هوش معنوی، شایستگی رابطه‌ای و ارتباطی و جهاد تحقق مهمترین شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی می باشند.

کلیدواژه‌ها: شایسته گزینی، مدیران، حکمرانی متعالی، بانک توسعه صادرات ایران، دلفی فازی

۱-مقدمه

عنصر بنیادین موفقیت هر سازمان، نیروی انسانی آن است؛ نیرویی که امروزه به‌عنوان منبع اصلی مزیت رقابتی پایدار، از سایر اشکال سرمایه پیشی گرفته است (سیدجوادین، ۱۴۰۱). در این میان، مفهوم «شایستگی» به‌عنوان ترکیبی از دانش، مهارت، توانایی و ویژگی‌های قابل‌سنجش، نقشی محوری در بهبود عملکرد کارکنان ایفا می‌کند. با این حال، نقد اساسی آن است که بیشتر مدل‌های رایج شایستگی (مانند مدل بویاتزیس، اسپنسر و مک کللند) ریشه در روان‌شناسی رفتارگرا و رویکردهای کارکردگرای غربی دارند و عمدتاً بر جنبه‌های فردی، عینی و کمّی

تأکید می‌ورزند، در حالی که ابعاد معنوی، ارزشی و الهیاتی مدیریت را نادیده می‌گیرند (Staskevica, ۲۰۲۰؛ Weng et al., ۲۰۲۱). این نقص، به‌ویژه در جوامعی با بافت دینی و فرهنگی خاص، چالش‌برانگیز است؛ زیرا مدیریت در نگاه اسلامی، نه یک نقش فنی، بلکه «امانتی الهی» محسوب می‌شود که مبتنی بر عدالت، تقوا و خدمت‌گزاری تعریف می‌گردد (مرادی‌آیدیشه و همکاران، ۱۳۹۸). در مقابل، مفهوم «حکمرانی متعالی» که در دهه‌های اخیر وارد ادبیات اسلامی شده، نقدی صریح بر الگوی رایج «حکمرانی خوب» است که توسط نهادهای بین‌المللی مانند بانک جهانی ترویج شده است. نقد وارد بر حکمرانی خوب آن است که این الگو با وجود تأکید بر مشارکت، شفافیت و پاسخگویی، فاقد بُعد الهیاتی و غایت‌شناختی است و در عمل به‌عنوان ابزاری برای تحقق منافع قدرت‌های هژمون عمل کرده است (کلهری و همکاران، ۱۴۰۱؛ کریمی، ۱۴۰۲). از این رو، حکمرانی متعالی درصدد ارائه‌ی الگویی بومی، مبتنی بر ولایت فقیه، شریعت و اخلاق اسلامی است که نه تنها کارایی، بلکه مشروعیت دینی و عدالت اجتماعی را نیز پوشش دهد (غضنفری و همکاران، ۱۴۰۲؛ الهی‌نژاد، ۱۴۰۲). با این وصف، شکاف عمده‌ای در ادبیات موضوع مشاهده می‌شود؛ به‌گونه‌ای که هیچ مطالعه‌ای به‌طور سیستماتیک به تبیین شاخص‌های شایستگی مدیران بر مبنای حکمرانی متعالی در بستر نظام بانکی ایران (با تأکید بر بانکی توسعه‌گرا مثل بانک توسعه صادرات) نپرداخته است . پژوهش‌های پیشین یا به شایستگی به‌طور عام (و بدون توجه به بافت دینی) نگریسته‌اند یا حکمرانی متعالی را در سطح کلان و سیاسی بررسی کرده‌اند و از پیوند این دو حوزه در سطح سازمانی غافل مانده‌اند. از این رو، پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که شاخص‌های شایستگی مدیران مبتنی بر حکمرانی متعالی در بانک توسعه صادرات ایران کدامند و اولویت آنها چگونه است؟

۲-پیشینه نظری پژوهش

در جهان متحول دوران کنونی مدیران یکی از ابزارهای بسیار با اهمیت و مهم در مدیریت و کنترل سازمان‌ها محسوب شده و برخورداری از مدیران قوی و توانمند که قادر باشند سازمان‌ها را در مواجهه با موج‌های فراوان و بی‌شمار تغییرات و رقابت با پیروزی به سمت ایده‌آل‌ها هدایت

و راهنمایی کنند، یک اولویت رقابت ملی به شمار می‌رود (آرائی و همکاران، ۱۴۰۲). از طرفی اندازه‌ی اثربخشی سازمان‌ها و موسسات با اندازه‌ی شایستگی مدیران و رهبران آنان، پیوندی ناگسستنی دارد. مدیران و مسئولان سازمان‌ها و موسسات، هنجارها و آداب سازمانی را نهادینه کرده و با مشخص کردن اهداف و ماموریت‌های سازمان و اعضای سازمان، برانگیختگی ضروری را به خاطر دستیابی به چشم‌اندازهای سازمان مهیا می‌کنند. در عصر حاضر رشد و ارتقاء شایستگی مدیران و مسئولان سازمانی، به یکی از با اهمیت‌ترین استراتژی‌های سازمان‌ها جهت ادامه حیات و فعال بودن در فضای دشوار، پر مسئله و پیش‌بینی‌ناپذیر در فضای سازمان‌های کنونی تبدیل شده است. به همین خاطر جایگاه شایسته سالاری در به انجام رساندن اهداف و چشم اندازهای سازمانی و هم‌چنین موفقیت آنها را نمی‌توان پنهان نگه داشت. بر این اساس شایستگی حرفه‌ای یکی از مهم‌ترین شایستگی لازم مدیران و رهبران سازمانی است (سلمانی و پورالشریعه، ۱۴۰۰: ۱۳). شایستگی‌ها به موسسات و سازمان‌ها این مجوز را می‌دهند که با سرعت بیشتری اعضای خود و مدیران را با هدف‌های راهبردی و اهداف بلند مدت خود همراه و همگام ساخته و آماده نمایند. از این رو در محیط و فضای شغلی دوران کنونی به مدیرانی احتیاج داریم که قادر باشند به درستی تصمیم گرفته، راهکارهای نوآورانه‌ای برای چالش‌ها و مشکلات مطرح کنند و در مقابل کار، خود را جوابگو نشان دهند. به همین خاطر با در نظر گرفتن گسترش و توسعه فراگیر سازمان‌های مختلف، ضرورت وجود مدیران متخصص و دارای توانایی بالا در استفاده از علم و مهارت و تجربه از اهمیت روز افزونی برخوردار شده است (ابراهیم‌پور و همکاران، ۱۴۰۰: ۴۴۱). امروزه متناسب با دیدگاه و ایده‌ی سیاسی و ایدئولوژی سیاسی در هر کشوری، شکل و ساختار سیاسی و سطوح مختلف قدرت بر اساس اعتقادات و باورهای حاکمان و مدیران آنان ایجاد شده است، به این دلیل حکمرانی یا مدیریت و رده‌های مختلف قدرت در هر جامعه‌ایی منطبق با سیستم سیاسی مسلط بر آن جامعه است. البته اصول مسلط می‌تواند از یک دیدگاه، ایدئولوژی و مقررات متعالی و مناسب سرچشمه گرفته باشد. به این خاطر توجه به حکمرانی یا مدیریت در سطوح گوناگون یک کشور، همواره دارای اهمیت بوده و مورد توجه قرار می‌گیرد (عابدی‌درچه، ۱۴۰۱). در دوران کنونی توجه به حکمرانی از شکل استاندارد ابتدایی بیان شده‌ی جهانی خارج شده و سبب به وجود آمدن عناوین حکمرانی هم‌چون

حکمرانی سنتی، حکمرانی مدرن الکترونیک، حکمرانی مردم‌سالارانه، حکمرانی متعالی، حکمرانی پایدار، حکمرانی شایسته، حکمرانی جهادی، حکمرانی خدامدار، حکمرانی مطلوب و... شده است. دلیل پیدایش انواع مختلف حکمرانی عدم موفقیت و شکست الگوی ابتدایی و استاندارد جهانی حکمرانی خوب بود، چون با توجه به زمینه‌مند بودن الگوهای ارائه شده، لازم بود که در هر کشور یا جامعه‌ایی با توجه به شرایط و وضعیت منطقه‌ایی، محیطی، ارزش‌ها، اعتقادات و... یک الگوی حکمرانی مناسب تدوین گردد تا ضمن استخراج عناصر جدید و مطلوب، شاخص‌های غیر قابل اجرا کنار گذاشته شوند (کلهری و همکاران، ۱۴۰۱). در این رابطه، سستی یا ناتوانی مدیران در سطوح بالا در حوزه‌های اعتقادی و ارزشی و هم‌چنین فرهنگی و نیز ضعف در دانش تخصصی قادر است چالش‌ها و مسائل زیادی را در امتداد دستیابی به هدف‌های حکومت اسلامی به وجود آورد. از طرف دیگر همواره مقام معظم رهبری در طی سالیان گذشته بارها به در پیش گرفتن مدل مناسب و متعالی مدیریتی از طرف مسئولان حکومت پافشاری کرده و بارها بر مدیریت خوب و جهادی جهت راه‌حل مشکلات و چالش‌های مطرح جامعه اشاره داشته‌اند (محمدظاهری، ۱۳۹۹).

مرور نظام‌مند تعاریف شایستگی نشان می‌دهد که اغلب آنها بر ویژگی‌های قابل‌مشاهده و عملکردی متمرکزند (مانند دانش، مهارت و نگرش) و کمتر به لایه‌های پنهان (مانند انگیزه‌های الهی، ایمان، اخلاص و بصیرت) توجه دارند. برای نمونه، مدل کلاسیک اسپنسر (۱۹۹۳) شایستگی را به دو دسته‌ی «نقاط عطف» و «تفاوت‌های فردی» تقسیم می‌کند، اما این مدل در محیط‌های اسلامی – ایرانی با نقد مواجه است؛ زیرا هیچ جایگاهی برای «تقوا»، «عدالت‌محوری» و «خدمت به خلق برای رضای خدا» در نظر نگرفته است (رستمی و همکاران، ۱۴۰۲؛ حسین‌زاده و همکاران، ۱۴۰۱). همچنین مدل‌های شایستگی در بخش دولتی (مانند مدل لایف) نیز عمدتاً بر کارایی اداری تأکید دارند و از حکمرانی ارزش‌بنیان غافل‌اند (مقیمی‌فیروزآباد و حمداللهی، ۱۴۰۱).

حکمرانی خوب هرچند امتیازاتی نظیر مشارکت و پاسخگویی دارد، اما به دلیل نگاه سکولار، نسبی‌گرایی اخلاقی و بی‌توجهی به غایات متعالی، برای جوامع دینی ناکارآمد است (رمضانی، ۱۴۰۱؛ عابدی‌درچه، ۱۴۰۱). حکمرانی متعالی در اندیشه اسلامی، بر ولایت‌پذیری، عبودیت،

جهاد، استکبارستیزی و مردم‌داری دینی استوار است و از این منظر، نقدی بنیادین بر رویکرد نهادی – بوروکراتیکِ رایج در ایران وارد می‌کند (اخترشهر، ۱۴۰۱؛ کلهری و همکاران، ۱۴۰۱). با این حال، خود مفهوم «حکمرانی متعالی» نیز در داخل ایران دچار ابهامات مفهومی و اختلاف نظر در مؤلفه‌ها است و تاکنون به‌صورت عملیاتی در سطح مدیران سازمانی سنجش و آزمون نشده است (غضنفری و همکاران، ۱۴۰۲؛ محمدظاهری، ۱۳۹۹). این نقص، ضرورت پژوهش‌هایی را که بتوانند این مفهوم را به شاخص‌های رفتاری و مهارتی قابل‌سنجش تبدیل کنند، دوچندان می‌کند.

۳-پیشینه تجربی پژوهش

تحقیقات و پژوهش در این زمینه مستلزم بررسی دقیق مطالعات تجربی موجود است تا بتوان جنبه‌های مفهومی موردنظر را به درستی آشکار ساخت. این امر شامل تحلیل نتایج تحقیقات مرتبط است تا به عنوان مبنایی برای جهت‌دهی به پژوهش‌های آتی مورد استفاده قرار گیرد. در این راستا، در ادامه به معرفی و مرور برخی از مهم‌ترین مطالعات مرتبط با این موضوع می‌پردازیم تا به درک بهتری از این حوزه دست یابیم.

بایراساکی[۱] (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان "شایستگی مدیر در حوزه مدیریت: ارزیابی سطح اهمیت شایستگی مدیریتی" بیان داشت هدف این مقاله ارائه بینش‌های حاصل از بررسی انجام شده در مورد ارزیابی سطح اهمیت شایستگی مدیریتی در مدارس جامع لیتوانی است. این رویکرد که شایستگی مدیریتی مدیران مدرسه تأثیر زیادی بر فرآیند آموزش دارد و یکی از مهمترین عوامل تضمین کننده کارایی فعالیت‌های مدرسه مانند سیاست آموزشی و برنامه‌ریزی استراتژیک، فرآیند آموزشی، مدیریت منابع انسانی، مادی و مالی است، دنبال شده است. برای سنجش مؤلفه‌های شایستگی از پرسشنامه خودساخته محقق برای ارزیابی تخصصی استفاده شد. در این مقاله، نویسنده نتایج اصلی یک بخش از تحقیق مربوط به شایستگی رهبر مدرسه در حوزه مدیریت را ارائه می‌دهد که به پنج حوزه تقسیم شده است: مدیریت استراتژیک موسسه، مدیریت

---

[۱] -Bairasauskiene

فرآیند آموزش و یادگیری، مدیریت توسعه منابع انسانی، تضمین و مدیریت ساختار، فرآیندها و منابع موسسه، مشارکت و همکاری استراتژیک. هر یک از حوزه‌ها شامل موارد مختلفی است که یک مدیر مدرسه موفق باید داشته باشد. اهمیت، که به عنوان مهمترین مشخص شده است، با روش رتبه‌بندی ارزیابی شد. ضریب هماهنگی کندال برای ارزیابی توافق بین ارزیابان برای هر سوال رتبه‌بندی شده استفاده شده است. نتایج نشان داد که مهمترین شایستگی مدیران که تأثیر زیادی بر نتایج حوزه‌های فعالیت مدرسه دارند، عبارتند از توانایی در شکل‌دهی به جهت استراتژیک و اجرای سیاست‌های مؤثر کارکنان، تقویت نگرش جامعه مدرسه مبنی بر اینکه هر دانش‌آموز می‌تواند در فرآیند یادگیری به موفقیت برسد، سازماندهی شرایط مساعد برای توسعه حرفه‌ای کارکنان، مدیریت اموال و تخصیص‌ها، همکاری با والدین، سرپرستان یا قیم‌ها.

بوجوکراپان و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی به ترکیب شایستگی دیجیتال اساتید برای آموزش دانشجویان حرفه‌ای در آموزش عالی پرداخته‌اند. نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان داد که شایستگی اساتید دیجیتال برای دانشجویان حرفه‌ای آموزش عالی شامل ۹ شایستگی است که عبارت از شایستگی اول: دانش، مهارت‌ها، توانایی‌های مربوط به فناوری دیجیتال. شایستگی دوم: سازگاری و تغییر فناوری. شایستگی سوم: حل مشکلات و استفاده از فناوری دیجیتال و سازمان‌دهی محیط‌های مجازی. شایستگی چهارم: اخلاق، اخلاقیات و ایمنی فناوری. شایستگی پنجم: ارتباطات و کار تیمی. شایستگی ششم: آموزش راهبردها و کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات. شایستگی هفتم: مبتکران و ارزیابان آموزش نوآور. شایستگی هشتم: ویژگی‌های مورد انتظار و درس آموخته شده. شایستگی نهم: اتصال دانش و تقویت همکاری، می‌باشند.

رضایی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی به شناسایی الگوی شایستگی مهارتی فرماندهان یگان‌های ویژه پرداخته‌اند. ایشان معتقد هستند که جایگاه با اهمیت شایستگی‌ها در ارتقا و اصلاح فعالیت‌ها و اقدامات حرفه‌ای و کاری روشن و نمایان است، به شکلی که منابع انسانی متخصص و شایسته قادر هستند سازمان یا موسسه را به سمت هدف‌های متعالی مدیریت و راهنمایی کنند. نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان داد که شایستگی مهارتی فرماندهان یگان‌های ویژه فراجا در ۵ بُعد، ۱۶ مؤلفه و ۱۰۲ شاخص قابل احصاء است. ابعاد شامل مهارت‌های عمومی؛ مهارت‌های تخصصی حرفه‌ای؛ مهارت‌های فردی؛ مهارت‌های مدیریتی و مهارت‌های علمی،

دانشی و بصیرتی بودند.

الهی‌نژاد (۱۴۰۲) در پژوهشی به بررسی رابطه حکمرانی متعالی مهدوی و حکمرانی مطلوب ولی فقیه پرداخته است. وی معتقد است که حکمرانی متعالی در چارچوب حکمرانی اسلامی معنا و مفهوم پیدا می‌کند. نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان داد که هر دو حکمرانی متعالی مهدوی و حکمرانی مطلوب ولی فقیه از یک خاستگاه واحد به نام اندیشه مهدویت سرچشمه گرفته‌اند و ضمن داشتن اشتراکات فراوان از یک ارتباط دو طرفه نیز برخوردار هستند. مولفه‌های اصلی حکمرانی متعالی مهدوی در چارچوب سه بُعد مشروعیت‌سازی، مقبولیت‌سازی و هدف‌نمائی و حکمرانی ولی فقیه در چارچوب سه بُعد تمهیدگری، ترویج‌گری و الگوسازی است.

مرور پژوهش‌های داخلی و خارجی نشان می‌دهد که:

بایراساکی (۲۰۲۴)با مطالعه‌ای کمّی در مدارس لیتوانی، شایستگی مدیران را به پنج حوزه تقسیم کرده و توانایی «شکل‌دهی جهت استراتژیک» را مهمترین شایستگی معرفی نموده است .نقد :این پژوهش با وجود کاربرد روش رتبه‌بندی، فاقد هرگونه رویکرد بومی و دینی است و در محیطی با فرهنگ سکولار انجام شده؛ لذا قابلیت تعمیم به نظام اسلامی را ندارد.

بوجوکراپان و همکاران)(۲۰۲۳)به شایستگی دیجیتال اساتید پرداخته و ۹ شایستگی فنی و اخلاقی برشمرده‌اند .نقد :هرچند اخلاق در آن لحاظ شده، اما اخلاق در چارچوب سکولار تعریف شده و هیچ اشارتی به خدامحوری، عدالت یا جهاد ندارد.

در ایران، رضایی و همکاران (۱۴۰۲) الگوی شایستگی مهارتی فرماندهان یگان‌های ویژه را ارائه کرده‌اند که شامل ابعاد فردی، مدیریتی و بصیرتی است. هرچند به بعد بصیرتی اشاره شده، اما ارتباط این شایستگی‌ها با حکمرانی متعالی به‌صراحت تبیین نشده و رویکرد پژوهش، صرفاً مهارتی – عملیاتی است.

رستمی و همکاران (۱۴۰۲) الگوی شایستگی اخلاقی مدیران سلامت را تدوین کرده‌اند که شامل هوش اخلاقی و رهبری اخلاقی است .نقد :این پژوهش اگرچه به اخلاق فردی و بین‌فردی توجه دارد، اما به سطح حکمرانی و سیاست‌گذاری کلان ورود نکرده و نقش معنویت و جهان‌بینی الهی را نادیده گرفته است.

الهی‌نژاد (۱۴۰۲)به رابطه‌ی حکمرانی متعالی مهدوی و حکمرانی ولی‌فقیه پرداخته، اما این مطالعه کاملاً نظری و فاقد هرگونه عملیاتی‌سازی و آزمون تجربی است و مشخص نمی‌کند که مدیران یک سازمان خاص باید از چه شایستگی‌هایی برخوردار باشند.

بنابراین، نقد فراگیر بر پیشینه‌ی موجود آن است که:

۱. گسست نظری میان شایستگی و حکمرانی متعالی وجود دارد؛
۲. مطالعات پیشین عمدتاً توصیفی بوده و از روش‌های ترکیبی (کیفی – کمی) با رویکرد فازی برای اولویت‌بندی دقیق استفاده نکرده‌اند؛
۳. جایگاه بانک توسعه صادرات که رسالت توسعه‌ای و بین‌المللی دارد، در پژوهش‌ها مغفول مانده است.

این شکاف‌ها، ضرورت انجام پژوهش حاضر با رویکرد آمیخته و استفاده از روش دلفی فازی را توجیه می‌کند تا ضمن انتقاد از مدل‌های پیشین، الگویی بومی، چندبعدی و عملیاتی برای بانک توسعه صادرات ایران ارائه دهد.

نوآوری مقاله‌ی حاضر را می‌توان در «ارائه‌ی یک الگوی سه‌وجهی» خلاصه کرد که تاکنون مشابهی نداشته است: الگویی که هم‌زمان (۱) از دل نقد جدی بر ادبیات غربی و داخلی بیرون آمده، (۲) شاخص‌های بومیِ مستخرج از جهان‌بینی الهی را عملیاتی کرده، (۳) در بستری حساس و توسعه‌گرا (بانک توسعه صادرات) آزموده شده و (۴) با کمک روش دلفی فازی، اولویت‌های واقعی مدیران را نه بر اساس سلایق، بلکه بر اساس اجماع خبرگانِ آگاه به مسائل روز ایران، اولویت‌بندی نموده است. این مقاله با عبور از نگاه ابزاری و تکنوکراتیک به مدیریت، گامی مؤثر در جهت تحقق «حکمرانی متعالی» از مجرای «مدیران شایسته‌ی متعهد» برداشته و به‌وضوح نشان داده است که در تراز نظام اسلامی، شایستگیِ صرفِ فنی بدون «معنویت»، «اخلاق» و «اراده‌ی جهادی» نمی‌تواند ضامن پیشرفت و عدالت باشد. در مجموع ادبیات موجود نشان می‌دهد که «شایستگی» در گفتمان غربی، فاقد ابعاد معنوی و الهیاتی است و «حکمرانی متعالی» نیز در سطح کلان سیاسی باقی مانده و به سازمان و مدیران سطوح میانی نزول نیافته است. از این رو، پژوهش حاضر با نقد هر دو مفهوم و تلفیق آنها در قالبی عملیاتی، گامی در جهت پر کردن این خلأ برداشته و به‌ویژه با تأکید بر شاخص‌هایی نظیر «هوش معنوی»، «جهاد تحقق» و «شایستگی

رابطه‌ای»، رویکردی نوین در برابر مدل‌های مرسوم ارائه می‌دهد.

٤-روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه، پژوهشی آمیخته با رویکرد کیفی و کمی در چارچوب پارادایم استقرایی-قیاسی است. روش تحقیق دلفی فازی، روشی است که در آن دیدگاه‌های ذهنی متخصصان به داده‌هایی شبه عینی تبدیل می‌شود. این روش، فرایندی سازمان‌یافته را ارائه می‌دهد تا دانش جمع‌آوری‌شده از گروه خبرگان را جمع‌بندی و خلاصه کند (نیل و بیبرمن[۱] ۲۰۰۳). مزیت روش دلفی فازی در توجه به هر یک از نظرات و یکپارچه نمودن آنها برای دستیابی توافق گروهی است(کو و چنگ[۲] ۲۰۰۸). جامعه آماری این پژوهش در بخش کیفی کلیه خبرگان و اساتید رشته مدیریت بود که با توجه به هدف پژوهش، نمونه گیری در این پژوهش به صورت هدفمند با استفاده از تکنیک گلوله برفی و به تعداد ۱۹ نفر انجام شده است. در این پژوهش، حجم نمونه بر اساس اصل اشباع نظری تعیین شد. این مصاحبه‌ها به صورت حضوری و با پرسش‌های باز انجام شد تا دیدگاه‌های عمیق‌تر و جزئی‌تر شرکت‌کنندگان را کشف کند. سپس، محققان از روش کدگذاری برای سازمان‌دهی و تحلیل داده‌ها استفاده کردند. برای تضمین دقت و اعتبار، کدهای حاصل از مصاحبه‌ها به مصاحبه‌شوندگان بازگردانده شد تا تأیید نهایی را انجام دهند. هدف اصلی، درک عمیق ایده‌ها و دیدگاه‌های مصاحبه‌شوندگان بود. جامعه آماری بخش کمی مدیران بانک توسعه صادرات ایران است که با استفاده از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی دردسترس حجم نمونه تعیین شده است. در این پژوهش، کفایت نمونه با استفاده از آزمون **KMO** ارزیابی و تایید شد. گردآوری داده‌ها در بخش کیفی از طریق مصاحبه و در بخش کمی با استفاده از پرسشنامه انجام شد. اعتبار و پایایی ابزار جمع‌آوری داده‌ها با روش‌های مختلف تضمین شد. روایی محتوایی با استفاده از شاخص **CVR** مورد ارزیابی قرار گرفت، که در آن ضرورت مفاهیم مورد سوال قرار گرفت و نتایج نشان‌دهنده‌ی روایی بالای ۷۷ درصد بود. آزمون کاپای

---

[۱] -Neal, J. & Biberman

[۲] -Kuo & Cheng,

کوهن نیز پایایی را با عدد معنی‌داری بالای ۶۰ درصد تایید کرد. علاوه بر این، اعتبار محتوای پرسشنامه توسط پنج متخصص در این زمینه بررسی و تایید شد.

جدول ۱. بررسی کفایت نمونه

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		۱۹.۸
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	۲۳۶.۲۸
	df	۸۷
	Sig.	.۰۰۰

منبع: نتایج تحقیق

جدول ۲. آزمون پایایی کاپا کوهن

		ارزش	Asymp Std.Error	Approx. T	معنی داری
Measure of Agreement	Kappa	۶۴۵.	۱۲۰.	۶۹۷.۶	۰۰۰.

منبع: نتایج تحقیق

جدول ۳. نسبت روایی محتوا و شاخص کاپا کوهن به تفکیک

متغیر	کاپا	روایی محتوا
هوش معنوی	۰/۷۶	۰/۹۰
جهت‌گیری توسعه انسانی	۰/۶۵	۰/۷۵
ارزش محوری	۰/۸۱	۰/۷۹
جهان بینی الهی	۰/۶۳	۰/۹۱
سلامت روانشناختی	۰/۶۱	۰/۶۹
تفکر بینش مدار و استراتژیک	۰/۷۱	۰/۹۱
مقابله با نگرش جزیره ای	۰/۸۱	۰/۸۳
شایستگی رابطه‌ای و ارتباطی	۰/۷۶	۰/۸۵
نوآوری و انعطاف‌پذیری	۰/۶۷	۰/۸۴
جهاد تحقق	۰/۸۳	۰/۷۹
طهارت اخلاق	۰/۶۹	۰/۷۶
طرز فکر متعالی	۰/۷۱	۰/۷۷

منبع: نتایج تحقیق

این پژوهش با رویکردی آمیخته و اکتشافی، ابتدا از روش کیفی بهره می‌برد و سپس به مطالعه کمی می‌پردازد. در مرحله کیفی، نظرات خبرگان تا رسیدن به اشباع اطلاعات و کفایت نظری، جمع‌آوری و تحلیل شد. داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌ها با استفاده از نرم‌افزار MaxQda ۲۰۲۰ و روش کدگذاری مورد بررسی قرار گرفت. در ادامه، پژوهش کمی با

هدف اولویت‌بندی شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی، بر اساس نتایج بخش کیفی، انجام شد. در این فرایند، از روش Delphi fuzzy برای تحلیل نهایی داده‌ها استفاده گردید تا شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی مشخص و اولویت‌بندی شوند.

۵-یافته‌های پژوهش

۵-۱-یافته های جمعیت شناختی

جدول۴-

جنسیت	تحصیلات	شغل	سابقه کار	جنسیت	تحصیلات	شغل	سابقه کار
مرد	دکتری	عضو هیئت علمی	۱۴	مرد	دکتری	هیئت علمی	۱۱
مرد	دکتری	هیئت علمی	۱۱	مرد	دکتری	هیئت علمی	۹
مرد	دکتری	هیئت علمی	۲۱	مرد	دکتری	عضو هیئت علمی	۲۰
مرد	دکتری	عضو هیئت علمی	۱۲	زن	دکتری	هیئت علمی	۱۷
مرد	دکتری	عضو هیئت علمی	۱۳	مرد	دکتری	عضو هیئت علمی	۶
مرد	دکتری	عضو هیئت علمی	۲۴	زن	دکتری	هیئت علمی	۱۵
مرد	دکتری	هیئت علمی	۱۰	زن	دکتری	هیئت علمی	۱۵
مرد	دکتری	هیئت علمی	۱۴	مرد	دکتری	عضو هیئت علمی	۱۹
مرد	دکتری	هیئت علمی	۱۱	مرد	دکتری	هیئت علمی	۴
مرد	دکتری	عضو هیئت علمی	۱۷	-	-	-	-

منبع: نتایج تحقیق

۵-۲-یافته های بخش کیفی

در این پژوهش، مصاحبه‌های کیفی به‌صورت حضوری و با پرسش‌های باز، برای درک عمیق‌تر موضوع، انجام پذیرفت. سپس، با استفاده از روش کدگذاری، داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. این فرآیند با هدف شناسایی شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی صورت گرفت. برای استخراج شاخص ها، متون مصاحبه‌ها با دقت بررسی شد و با کمک نرم‌افزار MaxQda ۲۰۲۰، کدگذاری و طبقه‌بندی گردید. محققان به تحلیل دقیق متن مصاحبه‌ها پرداختند تا مفاهیم کلیدی را استخراج کنند. برای تضمین دقت و صحت کدگذاری، کدهای حاصل از مصاحبه‌ها به مصاحبه‌شوندگان ارائه شد تا تاییدیه نهایی را دریافت کنند. این مرحله تضمین می‌کرد که مفاهیم استخراج شده، بازتاب دهنده دیدگاه‌های مصاحبه‌شوندگان است و به درک بهتر ایده‌های اصلی آنها کمک می‌کند.

جدول ۵. کدهای محوری و انتخابی

هوش معنوی	خودآگاهی درک عمیق از ارزش‌ها، احساسات و تأثیر شخصی استدلال اخلاقی تصمیم‌گیری بر اساس اصول اخلاقی هدف درونی همسو کردن مأموریت شخصی با اهداف سازمانی و اجتماعی فروتنی و همدلی دیدن رهبری به عنوان خدمت، نه قدرت
جهت‌گیری توسعه انسانی	توانمندسازی دیگران

	تقویت رشد، یادگیری و استقلال مربیگری و راهنمایی شناسایی و توسعه پتانسیل زیردستان همسو کردن وظایف با ارزش‌ها و هدف ایجاد کار معنادار
ارزش محوری	رهبری مبتنی بر ارزش‌ها صداقت هماهنگی بین کلمات، اعمال و ارزش‌ها عدالت و انصاف تضمین برابری در تصمیم‌گیری احترام به کرامت ارج نهادن به ارزش ذاتی هر فرد طرز فکر پایداری تفکر بلندمدت و جامع پاسخگویی عدالت محوری مردم باوری مسئولیت پذیری

	خلقیات و نیت های درست رویکرد الهی اعتقاد به خدمت در نظام اسلامی ناظر دانستن خداوند
جهان بینی الهی	قرآن محوری پایبند به احکام اسلامی و معتقد به مبانی دینی و اخلاقی پایبندی به قوانین اسلامی پاسخگویی در برابر خداوند و مردم
سلامت روانشناختی	مدیریت استرس تعادل کار و زندگی ارتباط مؤثر پشتیبانی اجتماعی
تفکر بینش مدار و استراتژیک	بینش متعالی تفکر استراتژیک پیش‌بینی تغییر و هدایت تحول دید فراتر از اهداف کوتاه‌مدت خیر اجتماعی گسترده‌تر

	برنامه‌ریزی هدفمند ادغام اخلاق و تأثیرگذاری در استراتژی
مقابله با نگرش جزیره ای	تقویت فرهنگ همکاری ایجاد سیستم‌های اطلاعاتی یکپارچه تعیین اهداف مشترک مدیریت تغییرات ایجاد محیط بازخورد
شایستگی رابطه‌ای و ارتباطی	ارتباط اصیل حساسیت فرهنگی توانایی ایجاد ارتباط مؤثر مدیریت تعارض و جلب اعتماد ذی‌نفعان گفتگوی باز، صادقانه و دلسوزانه احترام به تنوع و جهان‌بینی‌های مختلف تحول در منازعات حل مسائل با رویکردهای صلح‌آفرین مهارت‌های بین‌فردی
نوآوری و انعطاف‌پذیری	توانایی انطباق با تغییرات محیطی و ارائه راهکارهای نوآورانه

	اهمیت جو نوآوری سازگاری با تغییرات **R & D** همکاری با سایر سازمان‌ها ایجاد ساختارهای سازمانی منعطف فراهم کردن منابع لازم
جهاد تحقق	دستیابی به اهداف و ارزش‌های اسلامی و انسانی جهاد علمی جهاد اقتصادی تقویت هویت اسلامی
طهارت اخلاق	تواضع، مسئولیت پذیری پاکدامنی، پاکدلی، امانت داری خیرخواهی و اخلاص تقوی حسن عقیده سعه صدر، ورع، صداقت و مناعت صریح اللهجه

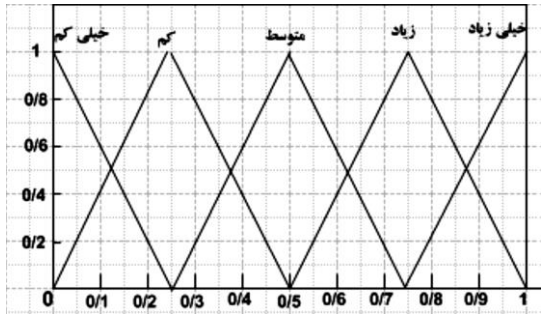
طرز فکر متعالی	تمرینات تأملی آگاهی فرافردی درک خود به عنوان بخشی از چیزی بزرگتر رهبری خدمتگزار رهبری با خدمت به یک خیر والاتر نه فقط اهداف سازمانی

منبع: نتایج تحقیق

۵-۳-یافته های کمی پژوهش

تعریف متغیرهای زبانی

در این پژوهش، پس از مصاحبه با متخصصان و کارشناسان، پرسشنامه‌ای طراحی شد تا نظرات آنها در مورد شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی را جمع‌آوری کند. خبرگان می‌توانند با استفاده از مقیاس‌های کلامی، از خیلی کم تا خیلی زیاد، اهمیت هر عامل را ارزیابی کنند. برای اطمینان از درک یکسان از متغیرهای کیفی، دامنه این متغیرها به صورت اعداد مثلثی فازی تعریف شده است. این تعریف، با توجه به شکل ۱ و جدول ۶، به خبرگان کمک می‌کند تا با درک مشابهی به پرسش‌ها پاسخ دهند و تأثیر تفاوت‌های فردی بر تفسیر متغیرها را کاهش دهند.



شکل ۲ - تعریف متغیر زبانی

در جدول ۶ نیز نحوه تبدیل متغیرهای کلامی به عدد فازی مثلثی و عدد فازی قطعی شده نشان داده شده است.

جدول ٦ جدول اعداد فازی مثلثی

متغیرهای کلامی	عدد فازی مثلثی	عدد فازی قطعی شده
خیلی زیاد	(۰.۷۵, ۱, ۱)	۰.۷۵
زیاد	(۰.۵, ۰.۷۵, ۱)	۰.۵۶۲۵
متوسط	(۰.۲۵, ۰.۵, ۰.۷۵)	۰.۳۱۲۵
کم	(۰, ۰.۲۵, ۰.۵)	۰.۰۶۲۵
خیلی کم	(۰, ۰, ۰.۲۵)	۰.۰۶۲۵

منبع: نتایج تحقیق

اعداد فازی قطعی شده در جدول ۴ با استفاده از رابطه مینکووسکی به شکل رابطهٔ یک محاسبه شده اند($\boldsymbol{\beta}$ حد بالای عدد فازی مثلثی، $\boldsymbol{\alpha}$ حد وسط عدد فازی مثلثی، $\boldsymbol{m}$ حد پایین عدد فازی مثلثی).

رابطه ۱ :

$$\boldsymbol{x = m + \frac{\beta - \alpha}{4}}$$

نظرسنجی مرحله اول

در این پژوهش، شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند جمع‌آوری شده و سپس در قالب پرسشنامه‌ای منظم به متخصصان ارائه می‌شود.

این پرسشنامه شامل گزینه‌های انتخابی و متغیرهای زبانی مشخصی است. تحلیلگران با بررسی پاسخ‌های ثبت‌شده در پرسشنامه، به محاسبه میانگین فازی شاخص ها می‌پردازند. برای محاسبه میانگین فازی از روابط زیر استفاده می شود.

$$A_i = \left(a_1^{(i)}, a_2^{(i)}, a_3^{(i)}\right), i = 1, 2, 3, \dots, n$$

$$A_{ave} = (m_1, m_2, m_3) = \left(\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} a_1^{(i)}, \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} a_2^{(i)}, \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} a_3^{(i)}\right)$$

در این رابطه **Ai** بیانگر دیدگاه خبره **i** ام و **Aave** بیانگر میانگین دیدگاه های خبرگان است**.** پس از جمع آوری پرسشنامه ها، تعداد پاسخ های داده شده به هر مولفه مورد شمارش و تحلیل قرار گرفت که در نظر سنجی مرحله اول نتایج شمارش پاسخ های داده شده به شرح جدول زیر است**.**

جدول شماره ۷- نتایج شمارش پاسخ های مرحله نخست نظرسنجی

شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی					
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	متغیر ها
۱	۳	۱	۳	۳۱	هوش معنوی
۲	۱	۴	۶	۲۹	جهت‌گیری توسعه انسانی
۳	۱	۳	۲	۳۱	ارزش محوری
۱	۲	۰	۳	۳۰	جهان بینی الهی
۰	۲	۱	۶	۳۰	سلامت روانشناختی
۲	۲	۱	۲	۳۱	تفکر بینش مدار و استراتژیک
۲	۲	۳	۳	۳۳	مقابله با نگرش جزیره ای
۲	۳	۰	۲	۳۴	شایستگی رابطه‌ای و ارتباطی
۳	۱	۰	۳	۳۲	نوآوری و انعطاف‌پذیری
۴	۲	۴	۶	۳۱	جهاد تحقق
۰	۳	۲	۶	۳۰	طهارت اخلاق
۱	۲	۳	۳	۲۹	طرز فکر متعالی

منبع: نتایج تحقیق

با استفاده از فرمول مینکووسکی، میانگین فازی مثلثی برای هر عامل محاسبه شد و سپس تعداد پاسخ‌های مربوط به هر عامل مشخص گردید. در مرحله بعد، اعداد فازی قطعی برای هر مولفه به

دست آمد. نتایج این فرایند شامل میانگین‌های فازی و مقادیر فازی‌زدایی‌شده مولفه‌ها به شرح زیر است:

جدول ۸- میانگین دیدگاه های خبرگان حاصل از نظر سنجی مرحله اول

متغیر ها	میانگین فازی مثلثی (m, α, β)	فازی زدایی شده
هوش معنوی	(۰.۸۱۲, ۰.۵۶۲, ۰.۸۷۵)	۰.۹۳۰
جهت‌گیری توسعه انسانی	(۰.۸۹۲, ۰.۶۰۷, ۰.۹۲۳)	۰.۹۵۱
ارزش محوری	(۰.۸۳۹, ۰.۵۷۸, ۰.۹۳۷)	۰.۹۲۹
جهان بینی الهی	(۰.۸۰۳, ۰.۵۷۱, ۰.۹۰۲)	۰.۹۱۹
سلامت روانشناختی	(۰.۸۰۱, ۰.۵۷۳, ۰.۸۷۶)	۰.۹۶۱
تفکر بینش مدار و استراتژیک	(۰.۸۰۳, ۰.۵۷۱, ۰.۸۷۹)	۰.۸۵۹
مقابله با نگرش جزیره ای	(۰.۰۲۹, ۰.۹۰۵۶, ۰.۰۵۵)	۰.۸۷۴
شایستگی رابطه‌ای و ارتباطی	(۰.۸۰۳, ۰.۵۷۹, ۰.۸۷۲)	۰.۸۷۶
نوآوری و انعطاف‌پذیری	(۰.۸۴۸, ۰.۶۰۷, ۰.۹۳۷)	۰.۹۱۲
جهاد تحقق	(۰.۸۳۰, ۰.۵۷۸, ۰.۹۰۸)	۰.۹۰۳
طهارت اخلاق	(۰.۸۹۳, ۰.۶۴۲, ۰.۹)۴(۱	۰.۹۳۶
طرز فکر متعالی	(۰.۷۷۶, ۰.۵۶۲, ۰.۸۴۸)	۰.۹۰۲

منبع: نتایج تحقیق

پس از انجام مرحله اول نظرسنجی لازم است مرحله دوم نیز انجام شود تا نتایج هر دو مرحله با هم مقایسه و نتیجه مشخص شود.

نظر سنجی مرحله دوم

در نظر سنجی مرحله دوم نتایج شمارش پاسخ های داده شده به مولفه های شناسایی شده به شرح جدول زیر است.

جدول ۹- نتایج شمارش پاسخ های مرحله دوم نظرسنجی

شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی					
خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	متغیر ها
۲	۳	۱	۳	۳۰	هوش معنوی
۰	۰	۲	۷	۲۹	جهت‌گیری توسعه انسانی
۱	۴	۱	۳	۲۹	ارزش محوری
۱	۳	۲	۵	۲۸	جهان بینی الهی
۰	۲	۳	۵	۳۹	سلامت روانشناختی
۰	۲	۴	۶	۲۸	تفکر بینش مدار و استراتژیک
۰	۲	۰	۳	۳۳	مقابله با نگرش جزیره ای
۱	۳	۰	۲	۳۳	شایستگی رابطه‌ای و ارتباطی
۱	۰	۲	۵	۳۱	نوآوری و انعطاف‌پذیری
۲	۰	۰	۱	۳۳	جهاد تحقق
۱	۰	۲	۴	۳۲	طهارت اخلاق
۳	۲	۰	۳	۳۰	طرز فکر متعالی

منبع: نتایج تحقیق

در مرحله دوم، پس از تعیین تعداد پاسخ‌ها برای هر مولفه، محاسبات میانگین فازی مثلثی با استفاده از فرمول مینکووسکی انجام شد. سپس، اعداد فازی قطعی برای هر مولفه به دست آمد. نتایج حاصل از این فرایند به شرح زیر است: میانگین فازی و فازی‌زدایی مولفه‌ها در این مرحله، اطلاعات ارزشمندی را ارائه می‌دهد.

جدول ۱۰- میانگین دیدگاه های خبرگان حاصل از نظر سنجی مرحله دوم

متغیر ها	میانگین فازی مثلثی (m, α, β)	فازی زدایی شده
هوش معنوی	(۰.۸۹۶, ۰.۶۷۵, ۰.۹۲۳)	۰.۹۶۳
جهت‌گیری توسعه انسانی	(۰.۸۳۹, ۰.۶۳۶, ۰.۹۶۹)	۰.۸۸۶
ارزش محوری	(۰.۸۸۰, ۰.۵۸۹, ۰.۹۸۶)	۰.۹۲۰
جهان بینی الهی	(۰.۷۸۵, ۰.۶۸۲, ۰.۸۲۵)	۰.۹۳۱
سلامت روانشناختی	(۰.۸۰۵ ۰.۵۶۲, ۰.۹۱۳)	۰.۸۹۲
تفکر بینش مدار و استراتژیک	(۰.۸۸۱, ۰.۵۸۸, ۰.۹۸۱)	۰.۸۸۱
مقابله با نگرش جزیره ای	(۰.۸۸۶, ۰.۶۸۲, ۰.۹۸۷)	۰.۹۰۱
شایستگی رابطه‌ای و ارتباطی	(۰.۷۹۳, ۰.۵۷۱, ۰.۸۷۵)	۰.۹۵۰
نوآوری و انعطاف‌پذیری	(۰.۸۶۵, ۰.۵۸۵, ۰.۹۰)	۰.۸۵۱
جهاد تحقق	(۰.۷۷۹, ۰.۶۸۵, ۰.۹۸۳)	۰.۹۸۳
طهارت اخلاق	(۰.۸۸۳, ۰.۶۲۲, ۰.۹۲۶)	۰.۸۹۱
طرز فکر متعالی	(۰.۸۸۲, ۰.۶۴۰, ۰.۹۵۱)	۰.۹۰۱

منبع: نتایج تحقیق

برای ارزیابی نتایج، مقایسه میانگین فازی‌زدایی‌شده عوامل پیش‌برنده و پس‌برنده در شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی در هر دو مرحله نظرسنجی ضروری است. نتایج این تحلیل در جدول زیر خلاصه شده است، که تفاوت‌ها در میانگین‌های فازی‌زدایی‌شده را در مراحل مختلف نشان می‌دهد.

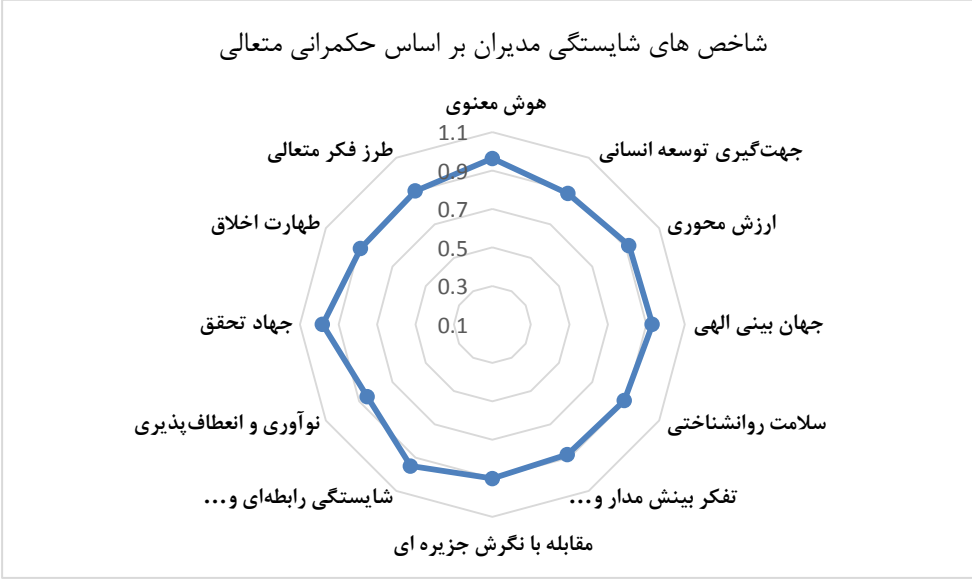
جدول ۱۱.اختلاف میانگین فازی زدایی شده مرحله اول و دوم نظر سنجی

متغیر ها	میانگین فازی زدایی شده مرحله اول	میانگین فازی زدایی شده مرحله دوم	اختلاف میانگین فازی زدایی شده مرحله اول و دوم
هوش معنوی	۰.۹۳۰	۰.۹۶۳	۰.۰۳۳
جهت‌گیری توسعه انسانی	۰.۹۵۱	۰.۸۸۶	۰.۰۶۵
ارزش محوری	۰.۹۲۹	۰.۹۲۰	۰.۰۰۹
جهان بینی الهی	۰.۹۱۹	۰.۹۳۱	۰.۰۱۲
سلامت روانشناختی	۰.۹۶۱	۰.۸۹۲	۰.۰۶۹
تفکر بینش مدار و استراتژیک	۰.۸۵۹	۰.۸۸۱	۰.۰۲۲
مقابله با نگرش جزیره ای	۰.۸۷۴	۰.۹۰۱	۰.۰۲۷
شایستگی رابطه‌ای و ارتباطی	۰.۸۷۶	۰.۹۵۰	۰.۰۷۴
نوآوری و انعطاف‌پذیری	۰.۹۱۲	۰.۸۵۱	۰.۰۶۱
جهاد تحقق	۰.۹۰۳	۰.۹۸۳	۰.۰۸
طهارت اخلاق	۰.۹۳۶	۰.۸۹۱	۰.۰۴۵
طرز فکر متعالی	۰.۹۰۲	۰.۹۰۱	۰.۰۰۱

منبع: نتایج تحقیق

بر اساس تجزیه و تحلیل نظرات خبرگان در مراحل مختلف، فرایند ارزیابی به پایان رسیده است. اختلاف نظر میان خبرگان در مورد شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی ، کمتر از ۰.۱ بوده و نشان‌دهنده‌ی توافق قابل توجهی در این زمینه است. این توافق حاکی از آن است که خبرگان دیدگاه‌های مشابهی در مورد شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی دارند. به همین دلیل، اولویت‌بندی عوامل پیش‌بینی شده در این پژوهش، در نمودارهای ۱ و ۲ به نمایش گذاشته شده است تا نتایج به دست آمده را به طور واضح نشان دهد.

نمودار ۱. الویت بندی شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی



٦-بحث و نتیجه‌گیری

در عصر کنونی، که جهان شاهد تحولات و دگرگونی‌های شگرف و پرسرعتی در عرصه‌های مختلف است، نیاز به راهبردهای نوین و کارآمد در حوزه مدیریت، بیش از پیش احساس می‌شود. این راهبردها باید به گونه‌ای طراحی شوند که سازمان‌ها و موسسات را در مسیر سازگاری با تغییرات سریع محیطی یاری رسانده و آنها را در دستیابی به اهدافشان موفق و پیروزمند سازند. از سوی دیگر، نیروی انسانی به عنوان عنصر کلیدی و بنیادین در موفقیت هر سازمان یا موسسه، نقش بسزایی ایفا می‌کند. این نیروی انسانی است که با تاثیرگذاری عمیق و چندوجهی بر عملکرد و کارایی سازمان، به عنوان مهمترین منبع و عامل رقابتی، در حال پیشی گرفتن از سایر اشکال سرمایه و دارایی است و به عنوان اولویتی استراتژیک، جایگاه ویژه‌ای را در دستیابی به موفقیت‌های پایدار و مستمر به خود اختصاص داده است.شایستگی، مفهومی چندوجهی و پیچیده است که از تلفیق علم، تخصص‌ها، توانمندی‌ها و خصوصیات قابل لمس و سنجش شکل می‌گیرد. این مفهوم نه تنها به اصلاح و ارتقاء کارکرد فعالیت‌های اعضای سازمان

کمک می‌کند، بلکه در نهایت منجر به پیروزی و موفقیت سازمانی می‌شود. در واقع، شایستگی‌ها ترکیبی پویا و فعال از دانش، توانایی‌ها و نیات هستند که به افراد امکان می‌دهند تا با مسئولیت‌پذیری و موفقیت به تغییرات محیطی و سازمانی پاسخ دهند. بر این اساس، شایستگی می‌تواند به عنوان توصیف‌کننده‌ای جامع از خصوصیات بنیادین فرد در نظر گرفته شود؛ خصوصیاتی مانند انگیزه‌ها، صفات شخصیتی، تخصص‌های حرفه‌ای، جایگاه اجتماعی و گروه دانشی که فرد برای اجرای وظایف شغلی خود از آنها بهره می‌برد. در یک نگاه کلی‌تر، شایستگی مدیریتی به مجموعه‌ای گسترده‌تر از عناصر اشاره دارد؛ از جمله تجربه‌های انباشته‌شده، دانش علمی، تخصص‌های حرفه‌ای، خصوصیات شخصیتی، ذهنیت فرد از خود و جایگاه اجتماعی‌اش، هنجارهای رفتاری و دیدگاه‌هایی که مدیر در طول زندگی و مسیر شغلی خود کسب کرده است.در چارچوب فرهنگ اسلامی و قرآنی، اصل واگذاری مدیریت و اداره امور کشور یا سازمان به افراد شایسته و برگزیده، به عنوان یک پایه مستحکم و غیرقابل خدشه، جایگاه ویژه‌ای دارد. این اصل، در باور شیعه به امامت و عصمت ائمه اطهار، ریشه در شایسته‌سالاری و سپردن حکومت به دست اولیای الهی دارد، که خود یک حقیقت منطقی و قرآنی است. زیرا در نگاه اسلامی، مدیریت امانتی است که به فرد یا رهبر سپرده می‌شود و این امانت‌داری، الزام به انتخاب شایسته‌ترین افراد برای تصدی امور دارد. در همین راستا، مفهوم حکمرانی متعالی به عنوان یکی از موضوعات نوین و مهم، در دهه‌های اخیر وارد مبانی نظری پژوهش و توسعه شده و به سرعت توجه اندیشمندان و صاحب‌نظران اسلامی را به خود معطوف کرده است. حکمرانی متعالی، به عنوان یک دیدگاه جدید در حوزه مدیریت و کنترل جامعه، سازمان‌ها و گروه‌ها، در دوران معاصر در مجامع سیاسی و اجتماعی و میان دانشمندان و پژوهشگران اسلامی، از اهمیت و جایگاه خاصی برخوردار شده است. از این رو پژوهش حاضر با هدف شناسایی و رتبه بندی شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی با استفاده از روش دلفی فازی انجام پذیرفت. ابتدا شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی با استفاده از مصاحبه با خبرگان استخراج شد. سپس با طراحی پرسشنامه با طیف های مشخص، نظرات مدیران در مورد این عوامل پرسیده شد. سرانجام نظرات با استفاده از روش فازی تحلیل و عوامل رتبه بندی شدند. شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی

متعالی شامل هوش معنوی، جهت‌گیری توسعه انسانی، ارزش محوری، جهان بینی الهی، سلامت روانشناختی، تفکر بینش مدار و استراتژیک، مقابله با نگرش جزیره ای، شایستگی رابطه‌ای و ارتباطی، نوآوری و انعطاف‌پذیری، جهاد تحقق، طهارت اخلاق و طرز فکر متعالی می‌باشند. نتایج پژوهش نشان داد هوش معنوی، شایستگی رابطه‌ای و ارتباطی و جهاد تحقق مهمترین شاخص های شایستگی مدیران بر اساس حکمرانی متعالی می باشند.

با توجه به مطالب گفته شده پیشنهاداتی ارائه می گردد:

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که دستیابی به حکمرانی متعالی مستلزم برخورداری مدیران از مجموعه‌ای از شایستگی‌های چندبعدی است که در سطوح دانشی، مهارتی، رفتاری، ارزشی و معنوی قابل تبیین می‌باشد. بر این اساس، اولین پیشنهاد کاربردی، طراحی و استقرار نظام جامع شایستگی مدیران است؛ نظامی که بتواند معیارهای انتخاب، انتصاب و ارتقای مدیران را از سطح معیارهای صرفاً اداری و فنی فراتر برده و مجموعه‌ای از ویژگی‌های کلیدی همچون هوش معنوی، ارزش‌محوری، طهارت اخلاقی، آینده‌نگری و توانایی بسیج منابع را در بر گیرد. چنین نظامی می‌تواند با ایجاد شفافیت و عدالت در فرآیندهای مدیریتی، به ارتقای اعتماد عمومی و افزایش سرمایه اجتماعی کمک کند. از سوی دیگر، یافته‌ها بر ضرورت توانمندسازی و توسعه مستمر مدیران تأکید دارند. در این راستا، برگزاری کارگاه‌های آموزشی، برنامه‌های یادگیری مادام‌العمر و دوره‌های تخصصی در زمینه تفکر سیستمی، تصمیم‌سازی، نوآوری، مهارت‌های ارتباطی و رهبری معنوی می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کند. تقویت این شایستگی‌ها باعث می‌شود مدیران بتوانند همگام با تحولات محیطی حرکت کرده و ظرفیت‌های لازم برای تحقق حکمرانی متعالی را در خود و سازمان‌های تحت مدیریتشان ایجاد کنند. نکته دیگر، نهادینه‌سازی ارزش‌ها و اخلاق حرفه‌ای در حکمرانی است. پیشنهاد می‌شود سازمان‌ها با تدوین منشور ارزش‌ها، ایجاد سازوکارهای نظارتی و طراحی نظام‌های تشویقی و بازدارنده، زمینه تحقق ارزش‌مداری و اخلاق‌گرایی را فراهم آورند. توجه به طهارت اخلاق و پایبندی مدیران به اصول اخلاقی نه‌تنها به مشروعیت حکمرانی می‌افزاید بلکه اعتماد اجتماعی و همبستگی سازمانی را نیز تقویت می‌کند. برای تحقق حکمرانی متعالی، ساختارهای سازمانی نیز باید از پویایی و انعطاف کافی برخوردار باشند. بنابراین، بازطراحی ساختارهای سازمانی به سمت الگوهای یادگیرنده،

شبکه‌ای و منعطف پیشنهاد می‌شود تا امکان بسیج منابع، نوآوری و مقابله با نگرش‌های جزیره‌ای فراهم گردد. در چنین ساختارهایی، همکاری بین‌بخشی جایگزین نگاه فردگرایانه و منفعت‌طلبی‌های محدود می‌شود و مدیران می‌توانند با رویکردی سیستمی، کلان و هم‌افزا عمل کنند. از دیگر الزامات حکمرانی متعالی، توسعه سلامت روانی و معنوی مدیران و کارکنان است. ایجاد محیط‌های کاری سالم، حمایت‌گر و مبتنی بر اعتماد متقابل می‌تواند میزان فرسودگی شغلی را کاهش داده و سطح خلاقیت، انگیزش و تعهد کارکنان را افزایش دهد. پیشنهاد می‌شود سازمان‌ها از طریق ارائه خدمات مشاوره‌ای، برنامه‌های ارتقای بهزیستی روانی و ترویج معنویت در محیط کار، این بعد از شایستگی‌های مدیریتی را تقویت نمایند. یافته‌ها همچنین بر اهمیت توسعه فرهنگ یادگیری و نوآوری در حکمرانی تأکید دارند. پیشنهاد می‌شود سازمان‌ها با طراحی نظام‌های یادگیری سازمانی، تقویت تفکر انتقادی، حمایت از ایده‌های نو و بازنگری مستمر در روش‌های مدیریتی، بستری برای پویایی و رشد مستمر فراهم آورند. چنین رویکردی سبب می‌شود حکمرانی نه‌تنها واکنشی به تغییرات محیطی باشد بلکه به‌صورت پیش‌دستانه و فعالانه مسیر تحولات آینده را شکل دهد. از دیگر پیشنهادها، تقویت آینده‌نگری و بینش استراتژیک در مدیریت است. ایجاد مراکز آینده‌پژوهی، استفاده از روش‌های سناریونویسی و همچنین بهره‌گیری از تحلیل روندهای کلان محیطی می‌تواند زمینه‌ساز طراحی سیاست‌ها و تصمیمات بلندمدت شود. مدیرانی که از چنین بینشی برخوردارند قادر خواهند بود مسیر توسعه پایدار و حکمرانی متعالی را برای جامعه ترسیم نمایند. پیشنهاد می‌شود نظام ارزیابی عملکرد مدیران بر اساس شایستگی‌ها بازطراحی گردد. این نظام باید علاوه بر شاخص‌های کمی و مالی، معیارهای کیفی نظیر ارزش‌مداری، مهارت‌های ارتباطی، سلامت روان‌شناختی، توانایی تفکر سیستمی و بینش استراتژیک را نیز در بر گیرد. همچنین لازم است در طراحی این نظام، رویکرد اسلامی–ایرانی به‌عنوان چارچوب بومی مورد توجه قرار گیرد تا حکمرانی متعالی متکی بر مبانی فرهنگی و ارزشی کشور شکل گیرد. چنین اقدامی موجب خواهد شد که مدل شایستگی مدیران نه‌تنها در سطح نظری، بلکه در سطح عملیاتی نیز قابلیت اجرا داشته و به بهبود کیفیت حکمرانی و افزایش کارآمدی سازمان‌های مختلف منجر شود.

در مسیر انجام این پژوهش، موانع و محدودیت‌های متنوعی وجود داشت که تأثیر قابل توجهی

بر روند تحقیق گذاشتند. یکی از چالش‌های عمده، کمبود مطالعات و تحقیقات پیشین در حوزه شایستگی مدیران مبتنی بر حکمرانی متعالی بود، که این موضوع نه تنها اهمیت و ضرورت انجام چنین پژوهشی را بیش از پیش آشکار می‌کند، بلکه نشان‌دهنده نیاز مبرم به غنی‌سازی ادبیات موجود در این زمینه است تا بتواند به عنوان پایه‌ای محکم برای تحقیقات آینده عمل کند. علاوه بر این، محدودیت دیگری که در این پژوهش خودنمایی می‌کرد، مربوط به جامعه آماری مورد نظر بود، زیرا به دلیل ماهیت و اهداف خاص تحقیق، انتخاب نمونه‌ها به طور اجتناب‌ناپذیری محدود به خبرگان و متخصصان این حوزه شده بود، که این امر خود چالش‌های خاص و پیچیده‌ای را در فرآیند جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل‌های دقیق به همراه داشت. با وجود اینکه این محدودیت‌ها تأثیرات قابل توجهی بر روند تحقیق داشتند، اما می‌توانند به عنوان انگیزه‌ای قوی برای تحقیقات آینده در نظر گرفته شوند، تا با رفع این موانع و چالش‌ها، درک عمیق‌تر و جامع‌تری از مفهوم شایستگی مدیران مبتنی بر حکمرانی متعالی حاصل شود و راه برای پیشرفت‌های بیشتر در این حوزه هموار گردد.

منابع

قرآن کریم

نهج البلاغه

ابراهیم پور، م.، چرابین، م.، اکبری، ا.، و زنده دل، ا. (۱۴۰۰). تدوین طراحی الگوی شایستگی مدیران مدارس .**مجله توسعه آموزش جندی شاپور اهواز**، ۱۲(۱): ۴۳۹-۴۵۳. https://doi.org/۱۰.۲۲۱۱۸/edc.۲۰۲۰.۱۹۴۳۵۲.۱۱۰۹ .

احتشام، ع.، جهانگیری، ع.، آقامحمدعلی‌شیرازی، م.، و زاهدی، س. م. (۱۳۹۹). تدوین مدل (سنجش شایستگی‌های عام مدیران در بانک‌های):دولتی ایران .**فرآیند مدیریت و توسعه**، ۱۰۸(۳۳): ۶۳-۸۹. https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/۱۵۹۸۵۵۷ .

اخترشهر، ع. (۱۴۰۱). اصول و روش حکمرانی مطلوب در انقلاب اسلامی با رویکردی بر اندیشه مقام معظم رهبری .**سیاست متعالیه**، ۱۰(۳۷): ۱۵۷-۱۷۸. https://doi.org/۱۰.۲۲۰۳۴/sm.۲۰۲۲.۱۳۷۸۱۶.۱۶۴۵ .

آرائی، م.، قاضی، ح.، و شمامی، ن. (۱۴۰۲). شناسایی مؤلفه‌های الگوی شایستگی‌های مدیران آجا (مطالعه فرا ترکیب) .**فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم**، ۱۳(۱): ۱۶۹-۲۰۸. https://www.spba.ir/article_۱۷۴۱۲۵_dv۶۰f۶f۴a۴۹b۳a۹۴۴۷۵۵۱a۲۴۹۸vb۴e۴۴.pdf .

حسین‌زاده، ع.، رمضانی، م.، سنگی‌نورپور، ع.، عماری، ح.، و فقهی‌فرهمند، ن. (۱۴۰۱). الگوی شایستگی و اخلاق مداری با رویکرد جانشین پرور در صنعت بانکداری .**اخلاق در علوم و فناوری**، ۶۴(۱۷): ۱۱۷-۱۲۲. https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/۱۹۱۳۹۰۹ .

رحمتی ، م.(۱۴۰۰) . الزامات حکمرانی متعالی در جمهوری اسلامی ایران از منظر دولت سازی ، **مقالات اولین همایش ملی حکمرانی اسلامی** https://governanceschool.ir/fa/download/۱۷۵

رستمی، ف.، مهدی زاده اشرفی، ع.، و حاج علیان، ف. (۱۴۰۲). ارزیابی الگوی شایستگی اخلاقی مدیران در حوزه سلامت .**اخلاق در علوم و فناوری**، ۱۸(۵): ۷۶-۸۳. https://civilica.com/doc/۱۹۲۱۸۰۱ .

رضایی، ا.، شعاعی، م.، و زارعی، م. ر. (۱۴۰۲). شناسایی الگوی شایستگی های مهارتی فرماندهان یگان های ویژه .**فصلنامه نظارت و بازرسی**، ۱۷(۶۴): ۱۳۳-۱۶۰. https://civilica.com/doc/۱۸۰۲۱۳۹ .

رمضانی، ح. (۱۴۰۱). تحلیل و تبیین مفهوم، مبانی و ساختار دانشی حکمرانی متعالی و تعالی‌بخش. **آیین حکمرانی**، ۱(۱): ۴۷-۷۸. https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/۲۰۳۹۶۶۶ .

سلمانی، ع.، و پورالشریعه، ع. (۱۴۰۰). شایستگی های فرماندهان مراکز آموزش عالی نیروهای مسلح. **فصلنامه نظارت و بازرسی**، ۱۵(۵۵):۴۶-۱۳. https://doi.org/۱۰.۲۲۰۳۴/si.۲۰۲۱.۹۵۹۰۴۱۳ .

سنگری، ن. (۱۳۹۷). تدوین مدل شایستگی های محوری اعضای هیئت علمی دانشگاه اسلامی(مورد مطالعه دانشگاه الزهرا(س)) .**دوفصلنامه مدیریت در دانشگاه اسلامی**، ۶(۱۳): ۶۰-۴۵. https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/۱۳۶۴۰۷۶ .

سیدجوادین، س(۱۴۰۱). **مدیریت منابع انسانی و امور کارکنان**، تهران، نشر نگاه دانش www.adinebook.com .

شریعت زاده، ن. س.، خورسندی، ط. ع.، طاهری، م.، عباس پور، ع.، و تقوی فرد، م. (۱۴۰۱). طراحی‌الگوی شایستگی‌های کارکردی دانش‌آموختگان دکتری دانشگاه‌ها .**دوماهنامه علمی- پژوهشی راهبردهای آموزش در علوم پزشکی**، ۱۵(۴): ۴۱۱-۴۲۲. http://edcbmj.ir/article-۱-۲۹۵۲-fa.html .

عابدی‌درچه، م. (۱۴۰۱). مردمی‌سازی حکمرانی متعالی در اندیشه و راهبرد امامین انقلاب اسلامی .**فصلنامه تخصصی حکمرانی متعالی**، ۲(۴):۶۸-۱۰۶. https://hm.sndu.ac.ir/article_۱۹۸۶_۸cb۳c۸aaab۵f۸dbb۲۰۱۱f۱fdf۲۱۸۴۳c۵.pdf .

عباس‌پور، ع.، رضایت، غ.، &ظرافتی، م. (۱۴۰۳). طراحی الگوی شایستگی مدیران دوره دوم آموزش متوسطه .**پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی**،۶۲(۳۲): ۱۳۹-۱۶۸. https://doi.org/۲۰.۱۰۰۱.۱.۲۲۵۱۶۹۷۲.۱۴۰۳.۳۲.۶۲.۵.۰ .

عرفانی خانقاهی، م.، بهرام زاده، ح.، و سعیدی، ه. (۱۴۰۰). ارائه الگوی شایستگی مدیران دانشگاه آزاد اسلامی خراسان رضوی .**جامعه شناسی آموزش و پرورش**، ۲(۱): ۳۱۹-۳۳۱. https://doi.org/۱۰.۲۲۰۳۴/ijes.۲۰۲۱.۵۲۷۸۶۶.۱۰۳۳۳۱ .

غلامرضایی، و.، و حسینی)؛ س. ا. (۱۴۰۱). تدوین الگوی شایستگی‌های مدیران استانی صندوق بازنشستگی کشوری .**مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی**، ۶)۲۲(، ۲۹۷-۳۲۴. https://issk.sndu.ac.ir/article_۱۸۷۹_e۱۶۸۴۳۴۱۳۲۹۸۶ec۸e۹f۵cd۲۳۷d۱c۹۱۵b.pdf .

قربانخانی، س.، و محسنی، ط. (۱۴۰۰). تبیین مبانی حکمرانی درخطبهفدکیه و مولفه های سیاسی امام خمینی .**فصلنامه اندیشه سیاسی در اسلام**، ۸(۳۰): ۹۵-۱۱۴. https://civilica.com/doc/۱۶۰۹۰۸۴ .

کریمی، آ. (۱۴۰۲). از حکمرانی خوب تا حکمرانی متعالی ؛ مروری اجمالی بر زمینه های شکل گیری ، مبانی و ادبیات نظری **هشتمین کنفرانس ملی مطالعات مدیریت و اقتصاد در علوم انسانی**، https://civilica.com/doc/۱۷۹۷۵۲۶

کلهری، ا.، محسنی، ع.، و الهی منش، م. (۱۴۰۱). خوانش انتقادی از وضعیت حکمرانی در ایران و راهکارهایی برای حرکت به حکمرانی مطلوب .**سیاست متعالیه**، ۱۰(۳۶): ۱۹۵-۲۱۴. https://doi.org/۱۰.۲۲۰۳۴/sm.۲۰۲۲.۵۵۲۵۳۳.۱۸۷۱ .

محمدظاهری، م. (۱۳۹۹). ارائه الگوی مدیریتی در تراز انقلاب برای مدیران عالی جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر سبک مدیریتی شهید سپهبد قاسم سلیمانی .**مدیریت اسلامی**، ۴۸(۱): ۲۱-۴۶ .

مرادی‌آیدیشه، ش.، وثوقی نیری، ع.، و نعمتی، ا. (۱۳۹۸). شایسته سالاری محور تحقق ارتش پیشرفته ی تراز نظام اسلامی در گام دوم انقلاب **همایش «گام دوم انقلاب پیشران‌ها، چالش‌ها و الزامات تحقق در نیروی هوایی ارتش»**، https://civilica.com/doc/۹۶۶۹۷۰

مردانی، م.، &اغبلاغ، ا. م. (۱۴۰۱). ارایه مدلی به منظور بررسی عوامل اثر گذار بر شایستگی مدیران تراز انقلاب اسلامی در حوزه فرهنگ و رسانه مورد مطالعاتی سازمان صدا و سیما .**نشریه مطالعات قدرت نرم**، ۱۱(۲۷): ۳۰۵-۳۲۷. https://www.magiran.com/paper/۲۴۰۷۸۷۵ .

مقیمی‌فیروزآباد، م.، و حمداللهی، ه. (۱۴۰۱). طراحی الگوی شایسته‌سالاری در بخش عمومی در راستای حکمرانی خوب؛ مطالعه‌ای کیفی با رویکرد چندزمینه‌ای .**ماهنامه جامعه شناسی سیاسی ایران**، ۵(۳):۲۶۳-۲۸۳. https://doi.org/۱۰.۳۰۵۱۰/psi.۲۰۲۲.۲۹۸۲۷۶.۲۰۸۴ .

نصرتی، ط.، غلامزاده، د.، و مومنی، م. (۱۴۰۰). ارائه الگوی شایستگی مربیگری مدیران بانک‌ها .**فصلنامه پژوهشهای مدیریت منابع انسانی**، ۱۳(۲): ۱۰۷-۱۴۰. https://civilica.com/doc/۱۲۴۷۵۴۵ .

همایی‌دمیرچی، ا.، پورکریمی، ج.، نوه ابراهیم، ع.، و عزتی، م. (۱۴۰۰). ارائه الگوی شایستگی‌های حکمرانِ خوب دانشگاهی: رویکردی کیفی .**پژوهش های مدیریت عمومی**، ۱۴(۵۴): ۱۱۵-۱۴۱. https://doi.org/۱۰.۲۲۱۱۱/jmr.۲۰۲۱.۳۹۲۸۷.۵۵۵۰ .

۱. Bairasauskiene, L. (۲۰۲۴). Headmaster's competencies in management area: Evaluating the significance level of managerial competencies in Lithuanian comprehensive schools. *European Journal of Education (EJED)*, *۷*(۱), ۵۵-۶۶.

۲. Bojukrapan, S., Laoha, R., & Jantakoon, T. (۲۰۲۳). Synthesizing digital teacher competencies for teaching profession students in higher education. *Higher Education Studies*, *۱۳*(۴). https://doi.org/۱۰.۵۵۳۹/hes.v۱۳n۴p۲۲۷

۳. Kang, E., & Lee, H. (۲۰۲۱). Employee compensation strategy as sustainable competitive advantage for HR education practitioners. *Sustainability*, *۱۳*(۳), ۱۰۴۹. https://doi.org/۱۰.۳۳۹۰/su۱۳۰۳۱۰۴۹

۴. Reining, N., Kauffeld, S., & Herrmann, C. (۲۰۱۹). Students' interactions: Using video data as a mean to identify competences addressed in learning factories. *Procedia Manufacturing*, *۳۱*, ۱-۷. https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.promfg.۲۰۱۹.۰۳.۰۰۱

۵. Staskevica, A. (۲۰۲۰). The importance of competency model development. *Acta Oeconomica Pragensia*, *۲۷*(۲), ۶۲-۷۱. https://doi.org/۱۰.۱۸۲۶۷/j.aop.۶۲۲

۶. Weng, S.-S., Liu, Y., Dai, J., & Chuang, Y.-C. (۲۰۲۱). A novel improvement strategy of competency for education for sustainable development (ESD) of university teachers based on data mining. *Sustainability*, *۱۲*(۷). https://doi.org/۱۰.)۳۳۹۰/su۱۲۰۷۲۶۷۹

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ٤۰٤-٤۷۷
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

شناسایی و تحلیل ابعاد الگوی پیشگیری از واپس زنی دانش
(مطالعه موردی: آموزش و پرورش استان گلستان)

راحله سادات میرفندرسکی [۱]
روح اله سمیعی [۲]
راضیه نادرخانی [۳]

(تاریخ دریافت۱۴۰۴/۱۲/۹ ـ تاریخ تصویب ۱۴۰۵/۶/۲)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
هدف پژوهش حاضر، شناسایی و تحلیل ابعاد الگوی پیشگیری از واپس‌زنی دانش در آموزش‌وپرورش استان گلستان بود. این پژوهش با رویکرد آمیخته اکتشافی و در دو بخش کیفی و کمی انجام شد. در بخش کیفی، به‌منظور شناسایی عوامل مؤثر، با ۱۵ نفر از خبرگان دانشگاهی

۱- گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.
۲- گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران. (نویسنده مسئول)
Roohalla.samiee@iau.ac.ir
۳- گروه آمار، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

و سازمانی که به روش گلوله‌برفی انتخاب شده بودند، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته انجام گرفت و داده‌ها با استفاده از تحلیل مضمون بررسی شد. در بخش کمی، جامعه آماری شامل ۱۸۶۰ نفر از کارشناسان اداری اداره‌کل آموزش‌وپرورش استان گلستان بود که از میان آنان، ۳۱۸ نفر بر اساس جدول کرجسی و مورگان و با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. داده‌های کمی با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری تحلیل شد. یافته‌های بخش کیفی نشان داد الگوی پیشگیری از واپس‌زنی دانش از ۲۷ مؤلفه در قالب پنج بعد رهبری دانش‌محور، فرهنگ سازمانی یادگیرنده، فرایندهای سازمانی پشتیبان، رهبری تغییر و مدیریت منابع انسانی دانش‌محور تشکیل شده است. یافته‌های بخش کمی نیز حاکی از آن بود که هر پنج بعد شناسایی‌شده، تأثیر مثبت و معناداری بر پیشگیری از واپس‌زنی دانش دارند. در مجموع، مدیریت منابع انسانی دانش‌محور و فرایندهای سازمانی پشتیبان از اهمیت بیشتری برخوردار بودند و توجه هم‌زمان به ابعاد رهبری، فرهنگ سازمانی، فرایندهای سازمانی و مدیریت منابع انسانی می‌تواند زمینه پیشگیری مؤثرتر از واپس‌زنی دانش و تقویت اشتراک‌گذاری دانش را در آموزش‌وپرورش فراهم سازد.

کلیدواژه‌ها: پیشگیری از واپس‌زنی دانش، رهبری دانش‌محور، مدیریت منابع انسانی دانش‌محور، آموزش‌وپرورش.

۱.مقدمه

در عصر حاضر، سازمان‌ها در محیطی پویا، پیچیده و متحول فعالیت می‌کنند و برای بقا، اثربخشی و حفظ مزیت رقابتی، ناگزیر از بهره‌گیری مؤثر از دانش هستند (شاو و ویلیامز[۱]، ۲۰۲۵). در چنین شرایطی، دانش تنها یک منبع پشتیبان نیست، بلکه یکی از اصلی‌ترین دارایی‌های راهبردی سازمان به شمار می‌رود و نقش تعیین‌کننده‌ای در خلق ارزش، بهبود تصمیم‌گیری، نوآوری و ارتقای عملکرد سازمانی دارد (فاروق[۲]، ۲۰۲۴؛ زاهدی، ۱۴۰۴). از همین رو، مدیریت دانش

---

[۱] -Shaw & Williams

[۲] -Farooq

به‌عنوان سازوکاری برای شناسایی، خلق، تسهیم، نگهداشت و به‌کارگیری دانش، به یکی از موضوعات حیاتی در سازمان‌ها تبدیل شده (احمدی و همکاران، ۱۴۰۳) و تحولات شگرفی را در مباحث مدیریتی ایجاد کرده است (آفریدون و همکاران،۱۴۰۴). با این حال، صرف استقرار نظام مدیریت دانش، تضمین‌کننده اثربخشی آن نیست؛ زیرا در بسیاری از موارد، دانش موجود یا دانش جدید تولیدشده در سازمان به دلایل مختلف فردی، مدیریتی، ساختاری و فرهنگی، مجال ظهور، انتقال و بهره‌برداری پیدا نمی‌کند. این وضعیت را می‌توان در قالب مفهوم «واپس‌زنی دانش» تبیین کرد (کنودسن و کیشیک[۱]، ۲۰۲۲). هرچند این مفهوم هنوز در ادبیات پژوهشی از تعریف جامع و مورد اجماع برخوردار نیست، اما به‌طور کلی می‌توان آن را وضعیتی دانست که در آن دانش سازمانی، به‌صورت آگاهانه یا ناآگاهانه، از مسیر جریان‌یافتن، تثبیت، به‌کارگیری و اثرگذاری بازمی‌ماند(عبداله[۲]و همکاران، ۲۰۲۲). در این معنا، واپس‌زنی دانش صرفاً به مخفی‌کردن یا منتقل‌نکردن دانش محدود نمی‌شود، بلکه می‌تواند شامل نادیده‌گرفتن دانش، بی‌اعتبارسازی ایده‌ها و تجربه‌ها، جلوگیری از به‌کارگیری دانش جدید، تضعیف یادگیری سازمانی و حتی از دست رفتن تدریجی دانش باشد (تانوا و وایسمن[۳]، ۲۰۲۲). ازاین‌رو، لازم است این مفهوم از مفاهیم نزدیک متمایز شود؛ به‌گونه‌ای که پنهان‌سازی دانش و احتکار دانش بیشتر بر رفتارهای عمدی فردی دلالت دارند، مقاومت در تسهیم دانش بر عدم تمایل به اشتراک‌گذاری دانش تمرکز دارد و فراموشی سازمانی به زوال یا حذف دانش در گذر زمان اشاره می‌کند؛ در حالی که واپس‌زنی دانش مفهومی عام‌تر است و به مجموعه‌ای از شرایط و سازوکارها اشاره دارد که مانع از اثرگذاری دانش در سطوح مختلف سازمان می‌شوند (شریعت نژاد و همکاران،۱۴۰۴). اهمیت این مسئله در سازمان‌های آموزشی بیش از سایر سازمان‌هاست؛ زیرا در این سازمان‌ها، دانش نه‌فقط یک منبع سازمانی، بلکه بنیان اصلی مأموریت نهادی است.

---

[۱] -Knudsen & Kishik

[۲]- Abdullah

[۳] -Taneva & Wiseman

نظام آموزش و پرورش مسئول تربیت سرمایه انسانی، انتقال دانش، تقویت یادگیری و آماده‌سازی نسل آینده برای توسعه همه‌جانبه جامعه است (صفری و همکاران، ۱۳۹۹). بنابراین، هرگونه اختلال در جریان دانش در این نظام می‌تواند پیامدهایی فراتر از ناکارآمدی اداری به همراه داشته باشد و بر کیفیت آموزش، عدالت آموزشی، تصمیم‌گیری مدیریتی، انگیزش معلمان و یادگیری دانش‌آموزان اثر منفی بگذارد. در همین راستا، عدم موفقیت کامل در استقرار مدیریت دانش در نظام آموزش و پرورش می‌تواند نشانه‌ای از وجود موانع عمیق‌تر در گردش و بهره‌برداری از دانش باشد (بهلولی و همکاران، ۱۳۹۹). در این میان سازمان آموزش و پرورش استان گلستان به دلیل گستردگی جغرافیایی، تنوع فرهنگی و اجتماعی، تعدد سطوح مدیریتی و اجرایی و ضرورت هماهنگی میان واحدهای مختلف، از ویژگی‌هایی برخوردار است که مطالعه جریان دانش و موانع آن را به موضوعی مهم و در عین حال پیچیده تبدیل می‌کند. تنوع محیط‌های آموزشی در استان گلستان و تفاوت شرایط مناطق مختلف، ضرورت بهره‌گیری مؤثر از دانش و تجربه‌های سازمانی را دوچندان می‌سازد. در چنین بستری، اگر دانش در فرایندهای مدیریتی و آموزشی به‌درستی جریان نیابد، امکان بروز ناهماهنگی، افت کیفیت و کاهش اثربخشی تصمیم‌ها افزایش می‌یابد. ازاین‌رو، بررسی پدیده واپس‌زنی دانش در سازمان آموزش و پرورش استان گلستان، نه‌تنها از حیث شناخت یک مسئله سازمانی، بلکه از منظر بهبود کیفیت حکمرانی آموزشی نیز اهمیت دارد. با وجود اهمیت موضوع، هنوز روشن نیست که واپس‌زنی دانش در سازمان آموزش و پرورش استان گلستان تحت تأثیر چه ابعاد و مؤلفه‌هایی شکل می‌گیرد و برای پیشگیری از آن چه الگویی می‌توان ارائه داد. همچنین، روابط میان عوامل مؤثر بر پیشگیری از این پدیده به‌صورت منسجم تبیین نشده است. ازاین‌رو، مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که ابعاد الگوی پیشگیری از واپس زنی دانش کدامند؟ و میزان تاثیرگذاری هرکدام چقدر است؟

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مـدیریت دانش به عنوان یکی از حوزه‌های بنیادین در ادبیات سازمان، فرایند پویا و چندبعدی است (طبیبی و همکاران،۱۴۰۴). در ادبیات مدیریت دانش، بخش عمده پژوهش‌ها بر فرایندهای

خلق، تسهیم، ذخیره‌سازی و کاربرد دانش متمرکز بوده است؛ با این حال، در سال‌های اخیر توجه پژوهشگران به پدیده‌هایی جلب شده که مانع جریان اثربخش دانش در سازمان می‌شوند (بابی[۱]، ۲۰۱۶؛ کانات[۲] و همکاران، ۲۰۱۷). یکی از این پدیده‌ها «واپس‌زنی دانش» است که اگرچه با مفاهیمی مانند پنهان‌سازی دانش، احتکار دانش، مقاومت در برابر اشتراک دانش و فراموشی سازمانی هم‌پوشانی دارد، از نظر ماهیت و کارکرد، مفهومی متمایز محسوب می‌شود (عابدین و اکبری امامی، ۱۴۰۱؛ شریعت‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۴). واپس‌زنی دانش به وضعیتی اشاره دارد که در آن دانش موجود یا دانش بالقوه سودمند، در فرایندهای ادراکی، ارتباطی، تصمیم‌گیری و اجرایی سازمان مورد پذیرش، انتقال یا به‌کارگیری قرار نمی‌گیرد و در نتیجه، کارکرد خود را از دست می‌دهد. از این رو، این مفهوم صرفاً به زوال یا فراموشی دانش محدود نیست، بلکه نادیده‌گرفتن، بی‌اعتبارسازی، حذف و به‌کارنگرفتن آن را نیز دربر می‌گیرد (بابی، ۲۰۱۶؛ پیکلر[۳]، ۲۰۲۲). تمایز واپس‌زنی دانش با مفاهیم مشابه از حیث نظری اهمیت دارد. فراموشی سازمانی عموماً به زوال تدریجی دانش در اثر عدم استفاده، جابه‌جایی نیروی انسانی یا ضعف در ذخیره‌سازی اشاره دارد، در حالی که واپس‌زنی دانش علاوه بر زوال دانش، بر حذف کارکردی آن از چرخه سازمانی نیز دلالت می‌کند (شریعت‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۴). همچنین، پنهان‌سازی دانش بیشتر ناظر بر خودداری عامدانه فرد از ارائه دانش است، اما واپس‌زنی دانش می‌تواند هم آگاهانه و هم ناآگاهانه و در سطوح فردی، ساختاری و فرهنگی رخ دهد (کانات و همکاران، ۲۰۱۷؛ پیکلر، ۲۰۲۲). بنابراین، این پدیده را باید مفهومی چندسطحی دانست که از تعامل عوامل انسانی، مدیریتی و فرهنگی شکل می‌گیرد (عابدین و اکبری امامی، ۱۴۰۱). از منظر تبیینی، واپس‌زنی دانش را می‌توان در سه سطح بررسی کرد. در سطح فردی، عواملی مانند سوگیری‌های شناختی، احساس تهدید، ترس از دست دادن منزلت تخصصی، اطمینان بیش از حد به دانسته‌های

۱- Babe

۲- Kanat

۳- Pickler

پیشین و مقاومت در برابر تغییر، زمینه موضع‌گیری تدافعی در برابر دانش را ایجاد می‌کنند (شجاحت[۱] و همکاران،۲۰۱۸؛پیکلر،۲۰۲۲). در سطح سازمانی، ساختارهای بوروکراتیک، ضعف ارتباطات، نبود سازوکارهای رسمی ثبت و انتقال دانش و کمبود حمایت مدیریتی، بستر مساعدی برای این پدیده فراهم می‌آورند (بابی، ۲۰۱۶؛ کانات و همکاران، ۲۰۱۷). در سطح فرهنگی نیز، ضعف اعتماد، مشارکت و یادگیری سازمانی، زمینه بی‌اعتنایی به دانش و کاهش انگیزه برای ارائه و به‌کارگیری آن را تقویت می‌کند (عابدین و اکبری امامی، ۱۴۰۱؛ شریعت‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۴). پیشایندهای این پدیده شامل عوامل فردی، سازمانی و فرهنگی‌اند که بستر بروز آن را فراهم می‌کنند؛ از جمله ضعف انگیزش، نگرش‌های تدافعی، نبود نظام‌های پشتیبان دانش، ابهام نقش‌ها، بی‌اعتمادی و ضعف فرهنگ یادگیری (عابدین و اکبری امامی، ۱۴۰۱؛ کانات و همکاران، ۲۰۱۷). در مقابل، ویژگی‌های واپس‌زنی دانش ناظر بر نحوه ظهور آن در سازمان است. این پدیده معمولاً چندسطحی، تدریجی و تا حدی پنهان است و در تعاملات و رویه‌های سازمانی بازتولید می‌شود (شریعت‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۴). بدین معنا که دانش ابتدا کم‌اهمیت تلقی می‌شود، سپس در تصمیم‌گیری‌ها نادیده گرفته شده و در نهایت از چرخه یادگیری و عمل سازمانی حذف می‌شود (بابی، ۲۰۱۶؛ پیکلر، ۲۰۲۲). پیامدهای واپس‌زنی دانش نیز در سطوح مختلف قابل مشاهده است. در سطح عملکردی، این پدیده موجب کاهش کارایی، افزایش هزینه‌های ناشی از تکرار خطاها، افت کیفیت تصمیم‌گیری و کاهش سرعت پاسخ‌گویی سازمان می‌شود (شجاحت و همکاران، ۲۰۱۸؛ بابی، ۲۰۱۶). در سطح یادگیری و نوآوری، مانع بهره‌گیری اثربخش از تجربه‌ها و ظرفیت‌های دانشی سازمان شده و توان نوآوری، حل مسئله و انطباق‌پذیری را کاهش می‌دهد (پیکلر، ۲۰۲۲). در سطح رفتاری و فرهنگی نیز، می‌تواند با کاهش انگیزش، افت مشارکت دانشی، تضعیف اعتماد و تقویت احساس بی‌اثربودن همراه باشد (عابدین و اکبری امامی، ۱۴۰۱). بر این اساس، پیشگیری از واپس‌زنی دانش نیازمند رویکردی چندبعدی است. رهبری دانش‌محور از طریق مشروعیت‌بخشی به دانش و یادگیری، مدیریت

---

[۱] -Shujahat

منابع انسانی دانش‌محور از طریق جذب، آموزش، ارزیابی و انگیزش کارکنان، فرهنگ یادگیرنده از طریق تقویت اعتماد و مشارکت، رهبری تغییر از طریق کاهش مقاومت در برابر تحول، و فرایندهای پشتیبان از طریق ایجاد سازوکارهای رسمی ثبت، انتقال و کاربرد دانش، هر یک بخشی از زمینه‌های شکل‌گیری این پدیده را هدف قرار می‌دهند (بابی، ۲۰۱۶؛ کانات و همکاران، ۲۰۱۷؛ شجاحت و همکاران، ۲۰۱۸). چارچوب نظری پژوهش حاضر بر مبنای تلفیق دیدگاه مبتنی بر دانش و نظریه یادگیری سازمانی شکل گرفته است. بر اساس دیدگاه مبتنی بر دانش، دانش یکی از مهم‌ترین منابع راهبردی سازمان و مبنای ایجاد ارزش، بهبود عملکرد و حفظ توان رقابتی آن به شمار می‌رود(کریمی و نورزی ،۱۳۹۹). در این دیدگاه، دانش زمانی می‌تواند برای سازمان ارزش‌آفرین باشد که ایجاد، شناسایی، ذخیره، انتقال، به‌کارگیری و به‌روزرسانی شود. بنابراین، سازمان‌ها باید سازوکارهایی فراهم کنند که دانش افراد در سطح سازمان باقی بماند و با خروج یا جابه‌جایی کارکنان از بین نرود. هرگونه اختلال در این فرایندها می‌تواند موجب کاهش دسترسی سازمان به سرمایه دانشی و شکل‌گیری واپس‌زنی دانش شود(باشتی و همکاران ،۱۴۰۲). نظریه یادگیری سازمانی نیز سازمان را نظامی پویا می‌داند که از طریق کسب اطلاعات، تفسیر تجربه، انتقال آموخته‌ها و اصلاح رفتار، ظرفیت خود را برای مواجهه با مسائل و تغییرات افزایش می‌دهد(عابدین و اکبری امامی،۱۴۰۱). بر اساس این نظریه، یادگیری زمانی در سازمان نهادینه می‌شود که دانش و تجربه افراد از سطح فردی فراتر رفته و در حافظه سازمانی، رویه‌ها، فرایندها، ساختارها، فرهنگ و تصمیم‌گیری‌های سازمانی منعکس شود. اگر دانش کارکنان ثبت نشود، تجربه‌ها میان افراد و واحدها انتقال نیابد یا سازمان از آموخته‌های گذشته برای اصلاح عملکرد خود استفاده نکند، فرایند یادگیری سازمانی تضعیف شده و احتمال واپس‌زنی دانش افزایش می‌یابد(رزم طلب و معینی کیا ،۱۴۰۲). از این منظر، پیشگیری از واپس‌زنی دانش صرفاً به ایجاد یک سامانه اطلاعاتی یا تشویق کارکنان به اشتراک‌گذاری دانش محدود نمی‌شود؛ بلکه به مجموعه‌ای از شرایط مدیریتی، فرهنگی، ساختاری و انسانی نیاز دارد. سازمان باید از یک سو ارزش دانش و تجربه کارکنان را به رسمیت بشناسد و از سوی دیگر، فرایندها و ساختارهایی برای ثبت، انتقال، نگهداشت و استفاده از دانش فراهم کند. همچنین، کارکنان باید برای مشارکت دانشی انگیزه داشته باشند و مدیران نیز از یادگیری، همکاری، انتقال

تجربه و سازگاری با تغییر حمایت کنند. بررسی ادبیات موضوع حاکی از آن است که مطالعات پیشین را می‌توان در دو سطح تحلیلِ «خرد (فردی)» و «کلان (ساختاری)» دسته‌بندی کرد که تبیین‌گر ابعادِ چندگانه پدیده واپس‌زنی هستند. در سطحِ فردی، ادبیات پژوهش بر نقش «الگوهای ذهنی» و «سوگیری‌های شناختی» تأکید دارد. شریعت‌نژاد و همکاران (۱۴۰۴) و عابدین و اکبری (۱۴۰۱)، واپس‌زنی دانش را ناشی از عوامل درونی نظیر «توهم دانایی»، «اثر بازنمایی» و «مقاومت آگاهانه مدیران» می‌دانند. این رویکرد، در کنار یافته‌های کمالی‌پور و همکاران (۱۳۹۸) که پنهان‌سازی دانش را به فقدان اعتماد و ارزش‌های فردی نسبت می‌دهند، نشان می‌دهد که واپس‌زنی دانش فراتر از یک خطای سیستمی، ریشه در «مکانیسم‌های دفاعیِ» سرمایه انسانی دارد. در تقابل با سطح خرد، مطالعاتِ متمرکز بر بستر سازمانی، واپس‌زنی دانش را محصولِ «نواقص ساختاری» می‌دانند. سانتوس و لارنس[۱] (۲۰۲۴)، دوالی و کریمی‌فرد (۱۴۰۲)، احمدی و همکاران (۱۴۰۳) و قربانی و همکاران (۱۳۹۹) بر این نکته هم‌گرا هستند که ضعف در فرهنگ یادگیرنده، فقدان فرایندهای پشتیبان، و نبود رهبریِ دانش‌محور، سازمان را به سمت انسدادِ جریان دانش سوق می‌دهد. این مطالعات به وضوح نشان می‌دهند که بدون ساختارهای حمایتی، محیط‌های کاریِ رقابتی و پرتنش، بستر را برای «واپس‌زنی» فراهم می‌کنند. با وجود غنایِ موجود در تبیینِ «عواملِ تک‌بعدی»، تحلیلِ نظام‌مند ادبیات نشان می‌دهد که سه شکاف اساسی در پژوهش‌های پیشین وجود دارد که مدلِ حاضر سعی در پر کردن آن‌ها دارد: اکثر مطالعات، عوامل را به صورت مجزا بررسی کرده‌اند. برای نمونه، در حالی که پژوهش‌هایی بر «مدیریت منابع انسانی» (خرد) تأکید دارند و برخی دیگر بر «فرایندهای سازمانی» (کلان)، در ادبیات موجود، فقدان یک الگوی یکپارچه که تعاملِ میان این ابعاد را به‌صورت سلسله‌مراتبی تبیین کند، محسوس است. عمده پیشینه پژوهش، ماهیتی «توصیفی-تبیینی» دارند. در بررسی پیشینه، خلأ پژوهشی در سازمان‌های آموزشیِ بافت‌محور نظیر «آموزش و پرورش استان گلستان» کاملاً مشهود است. پیچیدگی‌های خاص این سازمان (تعدد سطوح، گستردگی جغرافیایی و تنوع

---

[۱] -Santhose & Lawrence

فرهنگی) در مطالعاتِ پیشین که غالباً در فضای شرکت‌های دانش‌بنیان یا سازمان‌های دولتیِ کلان‌شهری انجام شده، نادیده گرفته شده است. پژوهش حاضر با هدف رفع این شکاف‌ها، ضمن تحلیل مؤلفه‌های احصاء شده در ادبیات (شامل ۵ بعد اصلی: رهبری دانش‌محور، مدیریت منابع انسانی، فرهنگ یادگیرنده، رهبری تغییر و فرایندهای پشتیبان)، از طریق روش مدل‌سازی معادلات ساختاری، پیوندی منطقی میان این ابعاد برقرار نموده است که این مهم، وجه تمایزِ راهبردی این پژوهش با ادبیاتِ موضوع محسوب می‌شود.

۳.روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از حیث هدف، کاربردی است که با رویکرد آمیخته اکتشافی (کیفی- کمی) صورت گرفته است. بخش کیفی پژوهش با استفاده از روش تحلیل مضمون و بخش کمی پژوهش با روش معادلات ساختاری انجام شده است. مشارکت کنندگان پژوهش در بخش کیفی ۱۵ نفر از خبرگان دانشگاهی و سازمانی آشنا با حوزه مدیریت دانش تشکیل دادند. انتخاب مشارکت‌کنندگان با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند انجام شد. ملاک‌های انتخاب خبرگان شامل تجربه حرفه‌ای، تناسب رشته تحصیلی، مدرک تحصیلی، سابقه تدریس دانشگاهی، و پیشینه پژوهشی و تألیفی در حوزه مدیریت دانش بود. در بخش کیفی، ملاک تعیین حجم نمونه اشباع نظری بود؛ بدین معنا که مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه یافت که داده‌های جدید دیگر به شناسایی کد یا مضمون تازه‌ای منجر نشد و الگوهای مفهومی از ثبات نسبی برخوردار گردید. جامعه آماری بخش کمی شامل ۱۸۶۰ نفر از کارشناسان اداری اداره آموزش و پرورش استان گلستان می‌باشد که بر اساس جدول کرجسی و مورگان ۳۱۸ نفر به عنوان حجم نمونه آماری به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. در مرحله نخست، داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته گردآوری شد. این ابزار به دلیل انعطاف‌پذیری و امکان طرح پرسش‌های تعقیبی، برای شناسایی عمیق ابعاد پیشگیری از واپس‌زنی دانش مناسب تشخیص داده شد. مصاحبه‌ها پس از اخذ رضایت آگاهانه مشارکت‌کنندگان ضبط و به‌طور کامل پیاده‌سازی شد. سپس داده‌های حاصل با استفاده از تحلیل مضمون مورد تحلیل قرار گرفت. فرایند تحلیل شامل مطالعه مکرر متون مصاحبه، استخراج کدهای اولیه، دسته‌بندی کدهای مشابه در قالب مفاهیم مشترک، استخراج

مضامین اصلی، بازبینی و پالایش مضامین و در نهایت نام‌گذاری و نهایی‌سازی ابعاد و مؤلفه‌ها بود. به‌منظور تأمین اعتبار یافته‌های کیفی، از معیارهای چهارگانه لینکلن و گوبا[۱](۱۹۸۲) شامل اعتبارپذیری، انتقال‌پذیری، اتکاپذیری و تأییدپذیری استفاده شد. برای تقویت اعتبارپذیری، متن برخی مصاحبه‌ها و برداشت‌های اولیه پژوهشگر در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار گرفت تا درباره صحت داده‌ها و تفسیرها اظهارنظر کنند. اتکاپذیری پژوهش از طریق مستندسازی دقیق مراحل گردآوری و تحلیل داده‌ها تأمین شد. انتقال‌پذیری نیز با ارائه توصیفی روشن از بستر پژوهش، ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان و فرایند تحلیل داده‌ها امکان‌پذیر گردید. افزون بر این، برای ارتقای تأییدپذیری، یافته‌ها و استنباط‌ها با نظر استاد راهنما و افراد آشنا با روش تحقیق کیفی تطبیق داده شد تا از کاهش سوگیری‌های احتمالی پژوهشگر اطمینان حاصل شود. داده ها در مرحله کمی از طریق توزیع یک پرسشنامه محقق ساخته حاوی دو بخش جمع آوری شده است. نخست بخش جمعیت شناختی که شامل سؤالاتی پیرامون جنسیت، سطح تحصیلات بوده و بخش دوم، حاوی ۲۷ پرسش مربوط به متغیرهای استخراج شده مرحله اول پژوهش (فاز کیفی) می‌باشد. این پرسشنامه از نوع بسته بوده و در مقیاس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (از کاملاً موافقم= ۵ تا کاملاً مخالفم= ۱) تنظیم گردیده است. در مرحله کمی نیز برای سنجش پایایی از آزمون‌های ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (**CR**) و برای روایی همگرا از جذر میانگین واریانس استخراج شده (**AVE**) و روایی واگرا از روش فایسال[۲] و همکاران(۲۰۰۶) استفاده شده است. برای برازش مدل از معیارهای $\boldsymbol{Q^2}$ و $\boldsymbol{R^2}$ استفاده شده است. در نهایت، تجزیه و تحلیل داده‌ها بر مبنای آمار توصیفی و آمار استنباطی صورت گرفته است. بدین صورت که در بخش داده‌های جمعیت شناختی، از آمار توصیفی با نرم افزار **SPSS** نسخه ۲۲ بهره گرفته شده است. برای برازش مدل مورد مطالعه نیز، از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر با نرم‌افزار *SmartPLS*۳ استفاده شده است. چرا که این مدل این امکان را به پژوهشگر می‌دهد تا

---

[۱] -Lincoln & Guba

[۲]- Faisal

روایی سازی و برازش کلی مدل را به صورت کامل انجام داده و از قابل اتکا بودن یا نبودن مدل مفهومی آگاهی یابد.

٤.یافته های پژوهش

یافته‌های پژوهش در دو بخش ارائه می‌شود. در بخش نخست، نتایج حاصل از تحلیل مضمون مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان برای شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد الگوی پیشگیری از واپس‌زنی دانش گزارش می‌شود. در بخش دوم، یافته‌های حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری به‌منظور تحلیل روابط میان ابعاد اصلی ارائه می‌گردد. در گام نخست، متن مصاحبه‌های انجام‌شده با خبرگان به‌طور کامل پیاده‌سازی و چندین بار مرور شد. سپس، گزاره‌های معنادار مرتبط با پیشگیری از واپس‌زنی دانش استخراج و در قالب کدهای اولیه صورت‌بندی شدند. در مرحله بعد، کدهای هم‌معنا و نزدیک به هم بر اساس شباهت مفهومی در قالب مفاهیم دسته‌بندی شدند و در نهایت، مفاهیم هم‌خانواده در سطحی کلان‌تر تحت عنوان ابعاد اصلی سازمان‌دهی شدند. بدین ترتیب، مسیر تحلیل داده‌ها در این پژوهش به‌صورت روشن از متن مصاحبه- کدگذاری اولیه- مفهوم- بعد طی شد. به‌منظور شفاف‌سازی این فرایند، جدول ۱ نمونه‌ای از تبدیل داده‌های خام مصاحبه به کدهای اولیه را نشان می‌دهد.

جدول (۱): نمونه ای از مفاهیم استخراجی از مصاحبه‌ها

متن مصاحبه	کدگذاری اولیه(باز)
برای پیشگیری از واپس زنی دانش در اداره آموزش و پرورش، لازم است که اقداماتی مؤثر و جامع انجام شود. یکی از این اقدامات، جذب افراد با شبکه‌های حرفه‌ای قوی است که می‌تواند به افزایش تبادل دانش و تجربیات جدید در سازمان کمک کند. همچنین، ایجاد سکوهای دیجیتال برای تبادل دانش می‌تواند فضایی را فراهم آورد که در آن کارکنان بتوانند به راحتی اطلاعات و تجربیات خود را به اشتراک بگذارند. طراحی مسیرهای رشد دانشی فردی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا این مسیرها به کارکنان کمک می‌کند تا مهارت‌های خود را توسعه دهند و در زمینه‌های مختلف پیشرفت کنند. علاوه بر این، ایجاد شورای مشورتی با حضور والدین و جامعه می‌تواند به تقویت ارتباطات و همکاری‌های بین‌سازمانی کمک کند و نظرات و نگرانی‌های جامعه را در فرآیندهای آموزشی لحاظ کند. طراحی فضاهای کاری مشترک و باز نیز می‌تواند به ترویج فرهنگ همکاری و تبادل نظر میان کارکنان کمک کند. این فضاها به افراد این امکان را می‌دهند که به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و ایده‌های جدید را به اشتراک بگذارند. در نهایت، انعقاد تفاهم‌نامه با دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی می‌تواند به دسترسی به منابع علمی و پژوهشی کمک کند و از طریق همکاری‌های علمی، به بهبود کیفیت آموزش در اداره آموزش و پرورش منجر شود. با اجرای این اقدامات، می‌توان به تقویت دانش سازمانی و جلوگیری از واپس زنی دانش در این نهاد کمک کرد.	جذب افراد با شبکه‌های حرفه‌ای قوی ایجاد سکوهای دیجیتال برای تبادل دانش طراحی مسیرهای رشد دانشی فردی ایجاد شورای مشورتی با حضور والدین و جامعه طراحی فضاهای کاری مشترک و باز پاسخگویی صادقانه به نگرانی‌ها انعقاد تفاهم‌نامه با دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی

سپس این کدها با سایر کدهای مشابه تجمیع و در قالب مفاهیم میانی سازمان‌دهی شدند. برای نمونه، «جذب افراد با شبکه‌های حرفه‌ای قوی» و «طراحی مسیرهای رشد دانشی فردی» در فرایند

تلفیق مفهومی، ذیل بعد مدیریت منابع انسانی دانش‌محور قرار گرفتند؛ «ایجاد سکوهای دیجیتال برای تبادل دانش» ذیل زیرساخت‌های فناورانه در بعد فرآیندهای سازمانی پشتیبان قرار گرفت؛ «ایجاد شورای مشورتی با حضور والدین و جامعه» با مفهوم مشارکت دادن ذی‌نفعان در بعد رهبری تغییر همسو تشخیص داده شد؛ و «طراحی فضاهای کاری مشترک و باز» در پیوند با مفهوم همکاری درون‌سازمانی در بعد فرهنگ سازمانی یادگیرنده تفسیر شد. بر پایه تحلیل نهایی، ۲۷ مفهوم در قالب ۵ بعد اصلی شناسایی شد. برای اطمینان از تناسب و اهمیت مفاهیم استخراج‌شده، فهرست ابعاد و مفاهیم مجدداً در اختیار خبرگان قرار گرفت. نتایج این مرحله در جدول ۲ نشان می‌دهد که تمامی مفاهیم از سوی خبرگان بین ۱۰ تا ۱۵ بار مورد تأکید قرار گرفته‌اند. این یافته بیانگر آن است که مؤلفه‌های نهایی نه‌تنها از دل داده‌های کیفی استخراج شده‌اند، بلکه در مرحله بازبینی نیز از پذیرش و تأیید نسبی خبرگان برخوردار بوده‌اند. بنابراین، جدول ۲ را می‌توان به‌عنوان مرحله‌ای برای کنترل و تثبیت مفاهیم استخراج‌شده در نظر گرفت، نه مرحله‌ای مستقل برای تولید مؤلفه‌های جدید.

جدول ۲- ابعاد استخراج شده از خبرگان

ابعاد	مولفه ها	فراوانی
رهبری دانش‌محور	ترویج فرهنگ اشتراک‌گذاری دانش	۱۲
	رهبری بر مبنای شواهد علمی	۱۵
	چشم‌اندازسازی و ارتباط‌دهی موثر	۱۳
	توانمندسازی رهبران میانی	۱۱
	مدیریت دانش سازمانی	۱۵
	نهادینه‌سازی یادگیری سازمانی	۱۰
فرهنگ سازمانی یادگیرنده	اعتماد و امنیت روانی	۱۱

	یادگیری سازمانی و حافظه دانشی	۱۳
	ارزش‌گذاری به دانش و نوآوری	۱۲
	همکاری درون‌سازمانی	۱۴
	یادگیری به عنوان یک هنجار	۱۵
فرآیندهای سازمانی پشتیبان	ارتباطات شفاف و دوسویه	۱۲
	شبکه‌سازی درون‌سازمانی	۱۳
	شبکه همکاری دانشی	۱۴
	راهبردهای دانشی سازمانی	۱۵
	زیرساخت‌های فناورانه	۱۲
رهبری تغییر	ارتباطات در مورد تغییر	۱۱
	مشارکت دادن ذینفعان	۱۰
	آموزش و پشتیبانی در حین تغییر	۱۵
مدیریت منابع انسانی دانش‌محور	جذب و گزینش استعدادها	۱۴
	نظام انگیزشی و پاداش‌دهی	۱۲
	طراحی شغل دانشی	۱۳
	سرمایه انسانی دانشی	۱۵
	جامعه‌پذیری سازمانی	۱۱

	مدیریت عملکرد دانش‌محور	۱۰
	توسعه حرفه‌ای مستمر	۱۵
	نظام سنجش و ارزیابی دانش	۱۲

بر این اساس، بعد رهبری دانش‌محور شامل ۶ مفهوم، بعد فرهنگ سازمانی یادگیرنده شامل ۵ مفهوم، بعد فرآیندهای سازمانی پشتیبان شامل ۵ مفهوم، بعد رهبری تغییر شامل ۳ مفهوم، و بعد مدیریت منابع انسانی دانش‌محور شامل ۸ مفهوم است. به‌طور مشخص، در بعد **رهبری دانش‌محور**، مفاهیم ترویج فرهنگ اشتراک‌گذاری دانش، رهبری بر مبنای شواهد علمی، چشم‌اندازسازی و ارتباط‌دهی مؤثر، توانمندسازی رهبران میانی، مدیریت دانش سازمانی و نهادینه‌سازی یادگیری سازمانی قرار گرفتند. در بعد **فرهنگ سازمانی یادگیرنده**، مفاهیم اعتماد و امنیت روانی، یادگیری سازمانی و حافظه دانشی، ارزش‌گذاری به دانش و نوآوری، همکاری درون‌سازمانی و یادگیری به‌عنوان یک هنجار جای گرفتند. در بعد **فرآیندهای سازمانی پشتیبان**، مفاهیم ارتباطات شفاف و دوسویه، شبکه‌سازی درون‌سازمانی، شبکه همکاری دانشی، راهبردهای دانشی سازمانی و زیرساخت‌های فناورانه قرار گرفتند. بعد **رهبری تغییر** شامل مفاهیم ارتباطات در مورد تغییر، مشارکت دادن ذی‌نفعان و آموزش و پشتیبانی در حین تغییر بود. همچنین، در بعد **مدیریت منابع انسانی دانش‌محور**، مفاهیم جذب و گزینش استعدادها، نظام انگیزشی و پاداش‌دهی، طراحی شغل دانشی، سرمایه انسانی دانشی، جامعه‌پذیری سازمانی، مدیریت عملکرد دانش‌محور، توسعه حرفه‌ای مستمر و نظام سنجش و ارزیابی دانش قرار گرفتند.

اکنون بر اساس ابعاد شناسایی شده در بخش کمی، پرسشنامه محقق ساخته تنظیم می‌شود تا بتوان روابط بین متغیرها را تحلیل نمود. با توجه به اینکه پرسشنامه محقق ساخته است ابتدا پایایی و روایی آن بررسی می‌شود:

جدول ۳- پایایی پرسشنامه

ابعاد	ضریب آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی
رهبری دانش‌محور	۰/۸۹۸	۰/۹۳۷
فرهنگ سازمانی یادگیرنده	۰/۸۳۴	۰/۸۶۹
فرآیندهای سازمانی پشتیبان	۰/۸۸۹	۰/۹۲۱
رهبری تغییر	۰/۸۲۶	۰/۸۶۹
مدیریت منابع انسانی دانش‌محور	۰/۹۲۱	۰/۹۶۰

با توجه به اینکه مقادیر قابل قبول برای ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، ۰/۷ است(آذر و خسروانی ،۱۳۹۸). مطابق با جدول ۳، پایایی پرسشنامه تأیید می‌شود.

جدول ٤- روایی همگرا

ابعاد	میانگین واریانس استخراجی
رهبری دانش‌محور	۰/۶۲۱
فرهنگ سازمانی یادگیرنده	۰/۵۰۵
فرآیندهای سازمانی پشتیبان	۰/۵۱۱
رهبری تغییر	۰/۵۰۹
مدیریت منابع انسانی دانش‌محور	۰/۵۳۱

باتوجه به اینکه مقدار قابل قبول برای میانگین واریانس استخراج شده، ۰/۵ است (آذر و خسروانی ،۱۳۹۸). مطابق با جدول ۴، روایی همگرا تأیید می‌شود.

جدول ۵- روایی واگرا

	رهبری دانش‌محور	فرهنگ سازمانی یادگیرنده	فرآیندهای سازمانی پشتیبان	رهبری تغییر	مدیریت منابع انسانی دانش‌محور
رهبری دانش‌محور	۰/۷۸۸				
فرهنگ سازمانی یادگیرنده	۰/۷۰۶	۰/۷۱۰			
فرآیندهای سازمانی پشتیبان	۰/۵۰۹	۰/۵۶۲	۰/۷۱۴		
رهبری تغییر	۰/۵۵۷	۰/۵۴۶	۰/۵۴۱	۰/۷۱۳	
مدیریت منابع انسانی دانش‌محور	۰/۵۳۰	۰/۵۹۶	۰/۵۱۴	۰/۶۲۸	۰/۷۲۸

طبق جدول ۵، اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر می‌باشند بنابراین روایی واگرا قابل قبول است(داوری و رضازاده،۱۳۹۷).

جدول ٦- برازش مدل

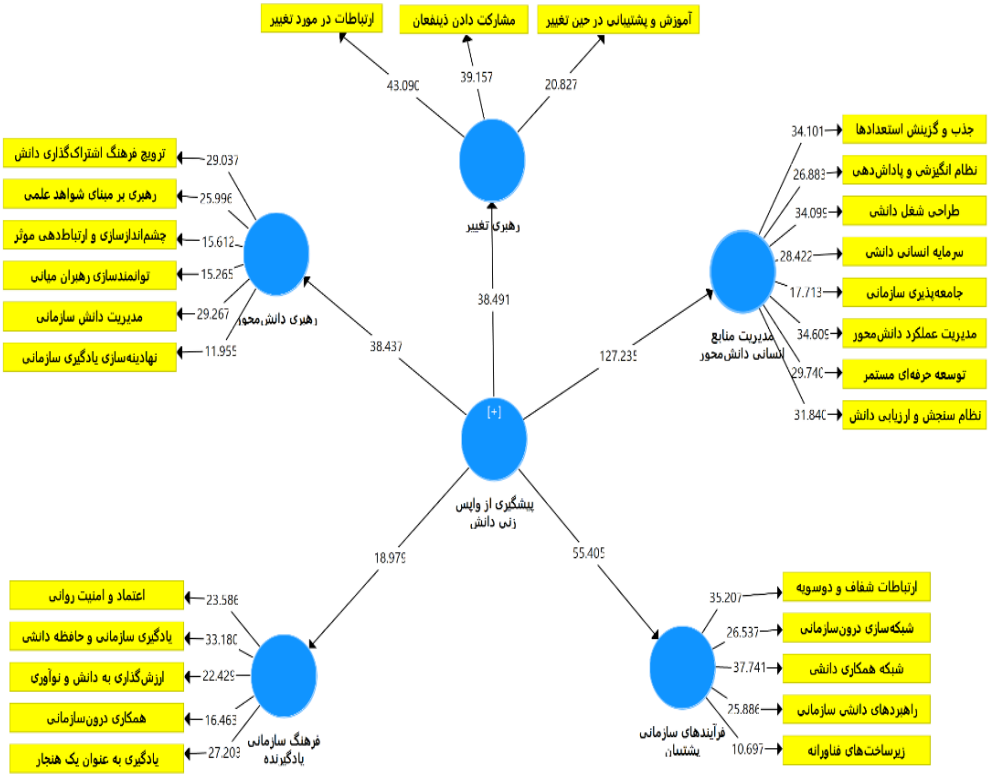
ابعاد	شاخص R^2	شاخص Q^2	GoF
رهبری دانش‌محور	۰/۷۰۴	۰/۲۵۴	۰/۶۲۱
فرهنگ سازمانی یادگیرنده	۰/۵۵۸	۰/۲۶۵	
فرآیندهای سازمانی پشتیبان	۰/۷۷۳	۰/۳۹۱	
رهبری تغییر	۰/۶۷۹	۰/۲۸۵	
مدیریت منابع انسانی دانش‌محور	۰/۸۸۸	۰/۲۸۶	

بر اساس جدول ۶ تمامی معیارهای برازش در دامنه مورد قبول، قرار دارند، بنابراین برازش مدل مناسب است. پس از تأیید مدل، برای آزمون معناداری مسیرها از دو شاخص ضریب مسیر و ***t*-value** استفاده شده است. در سطح اطمینان ۹۵ درصد چنانچه مقادیر آمارهٔ ***t*** بالاتر از ۱/۹۶

باشد، مسیر تائید و در صورت کمتر بودن مسیر رد می‌شود (داوری و رضازاده،۱۳۹۷). در شکل‌های ۱ و ۲، دو حالت ضرایب مسیر و معناداری نشان داده شده است.



شکل ۱- ضرایب مسیر



شکل ۲- ضرایب **آمارهٔ *t-value***

با توجه به اینکه ضرایب مسیر در بازه (۱ و ۱-) و مقادیر ***t-value*** خارج از بازه (۱/۹۶ و ۱/۹۶-) قرار دارند، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد روابط بین متغیرها تأیید و معنی‌دار شده‌اند(داوری و رضازاده ،۱۳۹۷). در جدول ذیل ضرایب مسیر و مقادیر ***t-value*** آورده شده است.

جدول ۷- نتایج حاصل از یافته‌های تحلیل مسیر

	مسیر	R	مقدار t	نتیجه
پیشگیری از واپس زنی دانش در اداره آموزش و پرورش	رهبری دانش‌محور	۰/۸۳۹	۳۸/۴۳۷	پذیرش
	فرهنگ سازمانی یادگیرنده	۰/۷۴۷	۱۸/۹۷۹	پذیرش
	فرآیندهای سازمانی پشتیبان	۰/۸۷۹	۵۵/۴۰۵	پذیرش
	رهبری تغییر	۰/۸۲۴	۳۸/۴۹۱	پذیرش
	مدیریت منابع انسانی دانش‌محور	۰/۹۴۲	۱۲۷/۲۳۵	پذیرش

با توجه به برازش مطلوب مدل اندازه‌گیری و نتایج ارائه‌شده در جدول ۷، می‌توان گفت مدل ساختاری پژوهش از کفایت لازم برای تبیین الگوی پیشگیری از واپس‌زنی دانش در اداره آموزش‌وپرورش برخوردار است. نتایج نشان می‌دهد که پنج سازه رهبری دانش‌محور، فرهنگ سازمانی یادگیرنده، فرایندهای سازمانی پشتیبان، رهبری تغییر و مدیریت منابع انسانی دانش‌محور، ابعاد اصلی تشکیل‌دهنده این الگو هستند. ضرایب به‌دست‌آمده نیز نشان می‌دهند که هر پنج سازه، تاثیر مثبت و قابل‌توجهی در تبیین الگوی پیشگیری از واپس‌زنی دانش دارند؛ به بیان دیگر، تقویت هر یک از این ابعاد می‌تواند ظرفیت سازمان را برای حفظ، انتقال، نهادینه‌سازی و استفاده مؤثر از دانش افزایش دهد. در میان ابعاد شناسایی‌شده، مدیریت منابع انسانی دانش‌محور با ضریب ۰/۹۴۲ بیشترین تاثیر را در شکل‌گیری الگوی پیشگیری از واپس‌زنی دانش دارد. این یافته بیانگر آن است که سیاست‌ها و اقدامات مرتبط با جذب، آموزش، توانمندسازی، ارزیابی، نگهداشت و انتقال دانش کارکنان، نقشی اساسی در جلوگیری از کاهش یا خروج دانش سازمانی ایفا می‌کند. از آنجا که بخش مهمی از دانش سازمانی در تجربه و مهارت کارکنان نهفته است، بی‌توجهی به توسعه و نگهداشت منابع انسانی می‌تواند موجب از دست رفتن دانش، به‌ویژه در زمان جابه‌جایی یا خروج کارکنان، شود. پس از آن،

فرایندهای سازمانی پشتیبان با ضریب ۰/۸۷۹ قرار دارد. این نتیجه نشان می‌دهد که وجود سازوکارهای رسمی و غیررسمی برای شناسایی، ثبت، ذخیره، انتقال و به‌کارگیری دانش، برای پیشگیری از واپس‌زنی دانش ضروری است. رهبری دانش‌محور با ضریب ۰/۸۳۹، سومین بعد مهم الگوی پیشنهادی است. این یافته نشان می‌دهد که حمایت مدیران از یادگیری و اشتراک‌گذاری دانش، ایجاد اعتماد، الگوسازی رفتاری، تشویق کارکنان به انتقال تجربه و اختصاص منابع لازم، نقش مهمی در پیشگیری از واپس‌زنی دانش دارد. همچنین، رهبری تغییر با ضریب ۰/۸۲۴، تاثیر قابل‌توجهی در تبیین الگوی پیشگیری از واپس‌زنی دانش دارد. این امر نشان می‌دهد که در محیط‌های متغیر، حفظ دانش سازمانی تنها از طریق نگهداشت دانش موجود امکان‌پذیر نیست، بلکه دانش باید متناسب با تحولات فناوری، اداری و آموزشی بازبینی و به‌روزرسانی شود. در نهایت، فرهنگ سازمانی یادگیرنده با ضریب ۰/۷۴۷، اگرچه در مقایسه با سایر ابعاد ضریب پایین‌تری دارد، همچنان یکی از مؤلفه‌های مهم الگوی پیشگیری از واپس‌زنی دانش محسوب می‌شود. پایین‌تر بودن ضریب این سازه به معنای کم‌اهمیت‌بودن فرهنگ یادگیرنده نیست؛ بلکه نشان می‌دهد اثر آن احتمالاً از طریق فراهم‌کردن زمینه اجتماعی و رفتاری برای عملکرد سایر ابعاد آشکار می‌شود. فرهنگی که در آن همکاری، اعتماد، گفت‌وگو، بازخورد و یادگیری از تجربه‌ها ارزشمند تلقی شود، کارکنان را به حفظ و انتقال دانش ترغیب می‌کند و از باقی‌ماندن دانش در سطح فردی جلوگیری به عمل می‌آورد.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

هدف پژوهش حاضر، شناسایی و تحلیل ابعاد الگوی پیشگیری از واپس‌زنی دانش در آموزش‌وپرورش استان گلستان بود. در مرحله کیفی، با بهره‌گیری از دیدگاه‌های ۱۵ خبره، مؤلفه‌ها و ابعاد مرتبط با پیشگیری از واپس‌زنی دانش شناسایی و طبقه‌بندی شدند. نتایج این مرحله به استخراج ۲۷ مؤلفه در قالب پنج بعد اصلی شامل رهبری دانش‌محور، فرهنگ سازمانی یادگیرنده، فرایندهای سازمانی پشتیبان، رهبری تغییر و مدیریت منابع انسانی دانش‌محور انجامید. در مرحله کمی نیز، به‌منظور بررسی روابط میان ابعاد شناسایی‌شده و ارزیابی ساختار الگوی پیشنهادی، از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج بخش کمی نشان داد که هر پنج

بعد شناسایی‌شده، رابطه‌ای مثبت و معنادار با پیشگیری از واپس‌زنی دانش دارند. این یافته نشان می‌دهد که پیشگیری از واپس‌زنی دانش در آموزش‌وپرورش، پدیده‌ای چندبعدی است و نمی‌توان آن را صرفاً به ایجاد سامانه‌های اطلاعاتی، آموزش کارکنان یا تشویق فردی به اشتراک‌گذاری دانش محدود کرد. تحقق این هدف مستلزم هماهنگی میان عوامل مدیریتی، فرهنگی، فرایندی و منابع انسانی است. در میان ابعاد شناسایی‌شده، مدیریت منابع انسانی دانش‌محور با ضریب ۰/۹۴۲ بیشترین تاثیر را در الگوی پیشگیری از واپس‌زنی دانش داشت. از منظر نظری، این یافته با دیدگاه مبتنی بر دانش و رویکرد سرمایه انسانی سازگار است؛ زیرا بخش مهمی از دانش سازمانی در تجربه، مهارت، قضاوت حرفه‌ای و دانش ضمنی کارکنان نهفته است. چنانچه فرایندهایی مانند جذب و گزینش، آموزش و توانمندسازی، ارزیابی عملکرد، جانشین‌پروری و نگهداشت کارکنان با رویکرد دانشی طراحی نشوند، دانش افراد ممکن است در سطح فردی باقی بماند یا با جابه‌جایی و خروج آنان از سازمان از دسترس خارج شود. بنابراین، مدیریت منابع انسانی دانش‌محور از طریق شناسایی افراد دارای دانش کلیدی، فراهم‌کردن فرصت انتقال تجربه و ایجاد مشوق‌های مناسب، می‌تواند از تمرکز دانش در دست افراد و کاهش دسترسی سازمان به آن جلوگیری کند. از نظر مدیریتی، این نتیجه نشان می‌دهد که مدیران آموزش‌وپرورش باید مدیریت دانش را از وظیفه‌ای صرفاً اداری و فناورانه فراتر ببرند و آن را در سیاست‌های منابع انسانی ادغام کنند. طراحی برنامه‌های مربی‌گری، جانشین‌پروری، مستندسازی تجربه‌های شغلی، تشکیل گروه‌های یادگیری حرفه‌ای و پیش‌بینی سازوکار انتقال دانش هنگام بازنشستگی یا جابه‌جایی کارکنان، از جمله اقداماتی است که می‌تواند بر اساس این یافته مورد توجه قرار گیرد. فرایندهای سازمانی پشتیبان با ضریب ۰/۸۷۹، دومین بعد مهم الگو بود. این یافته از این دیدگاه حمایت می‌کند که دانش زمانی به دارایی سازمانی تبدیل می‌شود که در فرایندها، رویه‌ها، اسناد، نظام‌های اطلاعاتی و تصمیم‌های سازمانی نهادینه شود. در نبود فرایندهای روشن برای شناسایی، ثبت، ذخیره، انتقال و به‌کارگیری دانش، حتی کارکنان توانمند و مدیران حامی دانش نیز نمی‌توانند به‌طور پایدار از واپس‌زنی دانش جلوگیری کنند. در سازمان آموزش‌وپرورش، مستندسازی تجربه‌های مدیریتی و آموزشی، ایجاد بانک‌های دانش، ثبت تجربه‌های موفق مدارس و مناطق و برگزاری نشست‌های منظم انتقال تجربه می‌تواند به تبدیل

دانش فردی به دانش سازمانی کمک کند. رهبری دانش‌محور نیز با ضریب ۰/۷۳۹، نقش مهمی در تبیین الگوی پیشنهادی داشت. این نتیجه نشان می‌دهد که رفتار و نگرش مدیران، در ایجاد شرایط لازم برای گردش دانش تعیین‌کننده است. مدیرانی که اشتراک‌گذاری دانش را ارزش سازمانی تلقی می‌کنند، خود الگوی رفتاری مناسبی ارائه می‌دهند، فضای اعتماد ایجاد می‌کنند و برای فعالیت‌های دانشی منابع و زمان کافی اختصاص می‌دهند، احتمال بیشتری دارد که کارکنان را به انتقال تجربه و مشارکت دانشی ترغیب کنند. از این منظر، واپس‌زنی دانش فقط نتیجه ضعف کارکنان نیست، بلکه می‌تواند پیامد ساختارهای مدیریتی، نظام‌های ارزیابی نامتناسب یا فضای رقابتی و بی‌اعتمادی در سازمان نیز باشد. ضریب ۰/۸۲۴ برای رهبری تغییر نشان می‌دهد که پیشگیری از واپس‌زنی دانش، علاوه بر حفظ دانش موجود، به توانایی سازمان برای بازآفرینی و به‌روزرسانی دانش نیز وابسته است. تحولات فناوری، تغییر برنامه‌های درسی، اصلاحات اداری و تغییر نیازهای دانش‌آموزان، آموزش‌وپرورش را با محیطی پویا مواجه کرده است. در چنین شرایطی، رهبری تغییر می‌تواند با تبیین ضرورت تحول، کاهش مقاومت کارکنان، تقویت یادگیری مستمر و پیوند دادن تجربه‌های گذشته با نیازهای جدید، از منسوخ‌شدن دانش یا کنار گذاشته‌شدن دانش ارزشمند جلوگیری کند. بنابراین، مدیریت تغییر باید با مدیریت دانش همراه باشد؛ زیرا تغییرات سازمانی بدون حفظ و انتقال دانش موجود ممکن است به تکرار خطاها و از دست رفتن تجربه‌های انباشته‌شده منجر شود. فرهنگ سازمانی یادگیرنده با ضریب ۰/۷۴۷، کمترین تاثیر را در میان ابعاد شناسایی‌شده داشت؛ بااین‌حال، رابطه مثبت و معنادار آن نشان می‌دهد که این بعد همچنان یکی از عناصر ضروری الگوی پیشگیری از واپس‌زنی دانش است. پایین‌تر بودن ضریب این بعد نباید به معنای کم‌اهمیت‌بودن فرهنگ سازمانی تلقی شود. فرهنگ یادگیرنده، بستر اجتماعی و روان‌شناختی لازم برای اثرگذاری سایر ابعاد را فراهم می‌کند. در سازمانی که پرسشگری، گفت‌وگو، همکاری، بازخورد، یادگیری از خطا و انتقال تجربه ارزشمند نباشد، حتی وجود نظام‌های رسمی مدیریت دانش نیز ممکن است به نتایج مطلوب منجر نشود. ازاین‌رو، مدیران باید شرایطی ایجاد کنند که کارکنان از بیان تجربه‌ها، طرح دیدگاه‌های متفاوت و اشتراک‌گذاری دانش خود احساس امنیت کنند. یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج مطالعات شریعت‌نژاد و همکاران (۱۴۰۴)، احمدی و همکاران (۱۴۰۳)، دوّالی و

کریمی‌فرد (۱۴۰۲)، کمالی‌پور و همکاران (۱۳۹۸) و سانتوس و لارنس[۱] (۲۰۲۴) همخوانی دارد. همسویی نتایج را می‌توان مؤید آن دانست که نقش رهبری، فرهنگ یادگیرنده، فرایندهای پشتیبان و مدیریت منابع انسانی در حفظ و گردش دانش، در محیط‌های سازمانی مختلف مورد تأکید قرار گرفته است. بااین‌حال، این همسویی به معنای یکسان‌بودن شرایط یا قابلیت تعمیم کامل یافته‌ها نیست؛ زیرا پژوهش حاضر با تمرکز بر آموزش‌وپرورش استان گلستان و با توجه به ویژگی‌های ساختاری، فرهنگی و اداری این سازمان انجام شده است. از منظر نظری، نوآوری پژوهش حاضر در ارائه الگویی چندبعدی برای پیشگیری از واپس‌زنی دانش در سازمان آموزش‌وپرورش است. در این الگو، واپس‌زنی دانش صرفاً به‌عنوان یک رفتار فردی مانند عدم اشتراک‌گذاری دانش در نظر گرفته نشده، بلکه به‌عنوان پیامدی مرتبط با تعامل میان مدیریت منابع انسانی، فرایندهای سازمانی، رهبری، مدیریت تغییر و فرهنگ یادگیری تحلیل شده است. این رویکرد، خلأ موجود در مطالعاتی را تا حدی پوشش می‌دهد که بیشتر بر شناسایی عوامل مؤثر بر مدیریت دانش یا موانع اشتراک‌گذاری دانش تمرکز داشته‌اند، اما الگوی جامعی برای پیشگیری از کاهش، فراموشی، عدم انتقال و نهادینه‌نشدن دانش در سازمان آموزش‌وپرورش ارائه نکرده‌اند. از منظر کاربردی، نتایج نشان می‌دهد که اجرای یک اقدام منفرد، مانند راه‌اندازی سامانه مدیریت دانش یا برگزاری دوره‌های آموزشی، برای پیشگیری از واپس‌زنی دانش کافی نیست. آموزش‌وپرورش باید برنامه‌ای هماهنگ تدوین کند که در آن، سیاست‌های منابع انسانی دانش‌محور، فرایندهای مستندسازی و انتقال تجربه، رفتارهای رهبری دانش‌محور، مدیریت تغییر و فرهنگ یادگیری به‌صورت مکمل دنبال شوند. بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود:

آموزش‌وپرورش برنامه‌ای جامع برای شناسایی، ثبت و انتقال دانش کارکنان باتجربه، به‌ویژه پیش از بازنشستگی یا جابه‌جایی آنان، تدوین کند.

شاخص‌های مرتبط با اشتراک‌گذاری، مستندسازی و انتقال دانش در نظام ارزیابی عملکرد مدیران و کارکنان گنجانده شود.

---

[۱]- Santhose & Lawrence

گروه‌های یادگیری حرفه‌ای، حلقه‌های انتقال تجربه و شبکه‌های همکاری میان مدارس و مناطق آموزش‌وپرورش توسعه یابد.

فرایندهای سازمانی پشتیبان، مانند بانک دانش، سامانه ثبت تجربه‌های موفق و رویه‌های رسمی جانشین‌پروری، تقویت شود.

مدیران آموزش‌وپرورش در زمینه رهبری دانش‌محور و مدیریت تغییر آموزش ببینند تا بتوانند فضای اعتماد، مشارکت و یادگیری مستمر را ایجاد کنند.

پژوهش‌های آینده، الگوی حاضر را در سایر استان‌ها و در سطوح مختلف آموزش‌وپرورش آزمون و با نتایج این پژوهش مقایسه کنند.

در مطالعات آتی از روش‌های طولی یا ترکیب داده‌های ادراکی با شاخص‌های واقعی عملکرد استفاده شود تا پایداری روابط و آثار عملی الگوی پیشگیری از واپس‌زنی دانش دقیق‌تر ارزیابی شود.

از محدودیت‌های تحقیق می‌توان به زمانبر بودن توزیع و جمع آوری پرسشنامه اشاره کرد.

منابع

- آذر، عادل و خسروانی، فرزانه.(۱۳۹۸). تحقیق در عملیات نرم. انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران.

- آفریدون، مهدی ، رجبی فرجاد، حاجیه و علیزاده، یداله.(۱۴۰۴). شناسایی عوامل مؤثر بر استقرار مدیریت دانش در سازمان وظیفه عمومی فراجا. توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی،۶۶(۷۵):۲۸-۱.

- احمدی، یوسف رضا، ذاکری، امیر، رضوی، فاطمه و صارمی، محمدصادق.(۱۴۰۳). بررسی عوامل تأثیرگذار بر اشتراک‌گذاری دانش در روابط بین سازمانی مشارکتی (موردمطالعه: سامانه نظام مراقبت اجتماعی دانش‌آموزان).بازیابی دانش و نظام های معنایی،۱۱(۴۰):۸۱-۱۱۲.

- باشتی،، مهدی سهرابی، طهمورث و طبایی زاده فشارکی، حمید.(۱۴۰۲). تبیین مدیریت دانش با رویکرد تحقیق و توسعه نوآورانه مبتنی بر روش نظریه داده بنیاد. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۱۰(۱)،۱۴۷-۱۶۴.

- بهلولی، علی، اسماعیل پور ، منصور و اسلامبولچی، علیرضا.(۱۳۹۹). بررسی عوامل استقرار مدیریت دانش در آموزش و پرورش با استفاده از تکنیک های داده کاوی (مورد مطالعه: اداره آموزش و پرورش شهرستان دورود). بازیابی دانش و نظام های معنایی،۷(۲۲):۱-۲۴.

-داوری، علی و رضازاده، آرش.(۱۳۹۷). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار **PLS**، انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.

- دوالی، محمد مهدی و کریمی فرد، علی.(۱۴۰۲). شناسایی و اولویت بندی پیشایندهای عدم اشتراک گذاری دانش در بین کارکنان شرکت مجتمع صنعتی رفسنجان. مدیریت راهبردی دانش سازمانی،۶(۲):۱۴۱-۱۸۲.

- رزم طلب، ناصر و معینی کیا، مهدی.(۱۴۰۲). فراتحلیل رابطه نقش مدیریت دانش در یادگیری سازمانی. کتابداری و اطلاع رسانی،۲۶(۳)،۸۸-۱۱۵.

- زاهدی، امیراحسان.(۱۴۰۴). تلفیق مدیریت دانش و هوش مصنوعی جهت بهبود عملکرد نیروی انسانی (مورد مطالعه: دستگاه‌های اجرایی استان مرکزی). مدیریت راهبردی دانش سازمانی،۸(۳):۳۶-۶۱.

- شریعت نژاد، علی، حسینی، مینا، موید، انیس و حسنوند، فائزه.(۱۴۰۴). تبیین پدیده واپس‌زنی دانش؛ شناسایی دلایل و پیامدها با روش نقشه شناختی فازی (مورد مطالعه: سازمان‌های دولتی استان لرستان). مدیریت فرهنگ سازمانی،۱(۱).

- صفری، محمود، پاشایی، محمدرضا و بخشی، گلناز.(۱۳۹۹). شناسایی عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی و

استقرار مدیریت دانش در آموزش‌وپرورش شهر تهران.بازیابی دانش و نظام های معنایی،۷۲(۲۵):۹۵-۱۲۰.

- طبیبی، علی اکبر، خانی، ناصر، یزدانی، بیتا و نبی الهی، اکبر.(۱۴۰۴). مروری نظام‌مند بر کاربرد هوش مصنوعی در بهبود مدیریت دانش در سازمان‌های پیچیده. توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی،۶۶(۷۷):۱۱۴-۷۱.

- عابدین، بهاره و اکبری امامی، شهناز. (۱۴۰۱). واکاوی الگوهای ذهنی مدیران دولتی نسبت به پدیده «واپس زنی دانش». مطالعات مدیریت دولتی ایران، ۵(۴)،۱-۳۰.

- قربانی، امیر، فرتاش، کیارش، خیاطیان یزدی، محمدصادق.(۱۳۹۹). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی تاثیرگذار بر اشتراک درون‌سازمانی دانش در شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک‌های علم و فناوری. فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی ،۱۸(۴۰):۵۵-۶۴.

- کریمی، رضا و نوروزی، یعقوب.(۱۳۹۹). تحلیلی بر نظریه‌های مدیریت دانش: رویکردی مبتنی بر نگاشت علمی. پژوهشنامه علم سنجی،۶(۲)،۱۰۳-۱۲۲.

- کمالی پور، ناصر، شجاعی، سامره، سمیعی، روح اله و آزما، فریدون.(۱۳۹۸). بررسی عوامل موثر بر پنهان سازی دانش با تاکید بر طردشدگی. چشم انداز مدیریت دولتی،۱۰(۲):۲۱۶-۲۳۷.

- Abdullah, M., Abdullah, A., & Hatem A. (۲۰۲۲). Strategic ignorance reflecting the illusion of excellence: A realistic philosophical perspective of educational institutions. ALAnbar University Journal of Economic and Administration Sciences, ۱۴(۲), ۲۱٤-۲۲٦.

- Babe, R. (۲۰۱٦). The political economy of knowledge: Neglecting political economy in the age of fast capitalism (as before). Fast Capitalism, ۲(۱), ۱۲۹-۱٤٦.

- Farooq, R. (۲۰۲٤). A review of knowledge management research in the past three decades: a bibliometric analysis. VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems, ٥٤(۲), ۳۳۹-۳۷۸.

-Faisal, M. Banwet, D.K. & Shankar, R.(۲۰۰٦). Supply chain risk mitigation: modelling the enablers, Business Process Management, ۱۲(٤), ٥۳٥-٥٥۲.

- Kanat, A., Yazar, U., Ozdemir, B., Kazdal, H., & Balik, M. (۲۰۱۲). Neglected knowledge: Asymmetric features of lumbar disc disease. Asian

journal of neurosurgery, ۱۴(۰۴), ۱۹۹-۲۰۲.

- Knudsen, M., & Kishik, S. (۲۰۲۲). Multiplying ignorance, deferring action: Dynamics in the communication of knowledge and nonknowledge. Social Epistemology, ۳۶(۴), ۷۷۵-۸۰۱.

-Lincoln, Y., & Guba, E. (۱۹۸۴). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. Educational Technology Research and Development ,۳۰:۲۳۳-۲۵۲.

- Pickler, R. H. (۲۰۲۲). Knowledge neglect. Nursing Research, ۷۱(٦), ٤۱۹-٤۲۰.

-Santhose, S. S., & Lawrence, L. N. (۲۰۲٤).Understanding the implementations and limitations in knowledge management and knowledge sharing using a systematic literature review. Current Psychology, ۱-۱٦.

- Shaw, G., & Williams, A. M. (۲۰۲۵). Knowledge transfer and knowledge management in tourism organisations: A widening and deepening research agenda. Tourism Management, ۱۰۹, ۱۰۵-۱۲۱.

- Shujahat, M., Ali, B., Nawaz, F., Durst, S., & Kianto, A. (۲۰۱۸). Translating the impact of knowledge management into knowledge-based innovation: The neglected and mediating role of knowledge-worker satisfaction. Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries, ۲۸(٤), ۲۰۰-۲۱۲.

- Taneva, I., & Wiseman, T. (۲۰۲۲). Strategic ignorance and information design. London, Centre for Economic Policy Research.

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ۵۵۱-۵۰۵
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

شناسایی و تدوین روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی در مسابقات و بازاریابی ورزشی

سیاوش خداپرست[۱]
عظیم صلاحی کجور[۲]
مژگان توکلی[۳]

(تاریخ دریافت ۱۴۰۵/۲/۱۵ ـ تاریخ تصویب ۱۴۰۵/۶/۱۴)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تدوین مدل جامع روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی در مسابقات و بازاریابی ورزشی در آموزش و پرورش استان گیلان انجام شد. این پژوهش از نوع کاربردی و با رویکرد آمیخته اکتشافی متوالی در دو فاز کیفی و کمی اجرا شد. در فاز کیفی، با ۲۰ نفر از خبرگان حوزه ورزش، بازاریابی ورزشی و مدیریت مالی آموزش و پرورش استان

[۱]- دانشیار،گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد لاهیجان، لاهیجان، ایران. (نویسنده مسئول) s.khodaparast@iau.ac.ir
[۲]- استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی شفق تنکابن، تنکابن، ایران.
[۳]- دانشجوی تربیت بدنی و علوم ورزشی، گروه علوم ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد لاهیجان، لاهیجان، ایران

گیلان مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته انجام شد و داده‌ها با استفاده از تحلیل مضمون براون و کلارک تحلیل گردید. در فاز کمی، مدل مفهومی استخراج‌شده با استفاده از شاخص‌های نسبت روایی محتوا (**CVR**) و شاخص روایی محتوا (**CVI**) توسط ۱۲ خبره اعتبارسنجی و سپس با استفاده از داده‌های ۳۷۱ نفر از مدیران، مربیان، معلمان تربیت بدنی و حامیان مالی فعال استان، از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی در نرم‌افزار **SmartPLS** ۳ آزمون شد. یافته‌های بخش کیفی به شناسایی ۱۹۴ عبارت معنایی، ۵۴ کد باز، ۱۸ مضمون فرعی و ۶ مضمون اصلی شامل روش‌های جذب منابع مالی، حامیان مالی و حمایت مالی، استراتژی‌های بازاریابی ورزشی، چالش‌ها و موانع مالی، همکاری‌های بین‌سازمانی و ظرفیت‌های محلی و منطقه‌ای منجر شد. نتایج بخش کمی نشان داد که تمامی روابط ساختاری مدل در سطح ۰.۰۰۱ معنادار بودند. در میان ابعاد مدل، چالش‌ها و موانع مالی با ضریب مسیر ۰.۹۰۱ و ظرفیت‌های محلی و منطقه‌ای با ضریب مسیر ۰.۸۹۸ قوی‌ترین ارتباط را با سازه محوری جذب منابع مالی و حامیان مالی داشتند؛ در مقابل، استراتژی‌های بازاریابی ورزشی با ضریب مسیر ۰.۷۰۸ کمترین، اما همچنان ارتباط معنادار را نشان داد. این الگو بیانگر آن است که جذب منابع مالی در ورزش دانش‌آموزی استان گیلان، پدیده‌ای چندبعدی است که بیش از همه با شدت موانع مالی و قابلیت بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی و منطقه‌ای پیوند دارد و در کنار آن، حمایت مالی، همکاری‌های بین‌سازمانی و راهبردهای بازاریابی نیز نقش معناداری در تبیین مدل دارند.

واژه‌های کلیدی: تأمین مالی ورزش دانش‌آموزی، حامیان مالی، بازاریابی ورزشی، ظرفیت‌های محلی، همکاری بین‌سازمانی

۱. مقدمه

ورزش در دنیای معاصر فراتر از یک فعالیت جسمانی صرف، به رکنی اساسی در توسعه انسانی، اجتماعی و اقتصادی جوامع تبدیل شده و در بستر آموزش و پرورش، هم ابزاری برای سلامت جسمانی و روانی نسل جوان و هم زمینه‌ساز پیوندهای اجتماعی و فرهنگی است (ادر و

همکاران[۱]، ۲۰۲۳: گادیس و همکاران[۲]، ۲۰۲۲). تأمین مالی پایدار یکی از پیش‌نیازهای اصلی تحقق این نقش است؛ زیرا بدون منابع مالی کافی، حتی برنامه‌ریزی‌های دقیق و استراتژیک نیز به نتیجه مطلوب نخواهند رسید. از منظر نظری، تأمین منابع مالی آموزش و پرورش به فرایندی اطلاق می‌شود که در آن درآمدهای مالیاتی و سایر منابع برای تأسیس، اداره و توسعه مدارس تخصیص می‌یابد (حسینی و همکاران، ۱۴۰۰).

در ایران، با وجود تأکید مکرر بر جایگاه ورزش دانش‌آموزی به‌عنوان پایه ورزش کشور، سهم این بخش از بودجه ملی محدود است؛ در لایحه بودجه سال ۱۴۰۲، کمتر از دو درصد از اعتبارات فصل ورزش و تفریحات به این حوزه اختصاص یافته است (عبداللهی کرمانی، ۱۴۰۲). این محدودیت بودجه‌ای، در کنار افزایش آگاهی خانواده‌ها از نقش ورزش در سلامت فرزندان و افزایش هزینه خدمات و تجهیزات ورزشی ناشی از تورم، ضرورت توسعه رویکردهای مکمل تأمین مالی، از جمله جذب حامیان مالی و بهره‌گیری از بازاریابی ورزشی، را برجسته می‌سازد.

با وجود اهمیت موضوع، مسئله مشخص این پژوهش آن است که در سطح آموزش و پرورش استان گیلان، روش‌های جذب منابع مالی، جذب حامیان مالی و راهبردهای بازاریابی ورزشی معمولاً به‌صورت پراکنده و بدون چارچوبی یکپارچه به‌کار گرفته می‌شوند و پیوند میان این حوزه‌ها با یکدیگر و با ظرفیت‌های بومی و همکاری‌های بین‌سازمانی به‌روشنی تبیین نشده است. استان گیلان به‌رغم برخورداری از ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی قابل توجه، از جمله موقعیت جغرافیایی منحصربه‌فرد در سواحل دریای خزر، پتانسیل‌های گردشگری ورزشی و نیروی انسانی مستعد، کمتر موضوع پژوهش‌های مستقل در این حوزه بوده است؛ اگرچه تعمیم این مشاهده نیازمند شواهد مستندتری است که بخشی از آن در فاز کیفی پژوهش حاضر گردآوری و راستی‌آزمایی می‌شود. بررسی دقیق‌تر پیشینه پژوهش، که در بخش بعد به‌صورت مجزا ارائه

۱- Eather et al

۲- Gadais et al

شده، نشان می‌دهد پژوهش‌های موجود عمدتاً یک یا چند بُعد از این پدیده را به‌صورت مجزا بررسی کرده‌اند و مدلی ساختاری که هم‌زمان روش‌های جذب منابع مالی، حامیان مالی، استراتژی‌های بازاریابی، چالش‌ها، همکاری‌های بین‌سازمانی و ظرفیت‌های محلی را در قالبی یکپارچه بیازماید، کمتر در دسترس است.

صنعت ورزش در سطح جهانی یکی از پردرآمدترین بخش‌های اقتصادی به‌شمار می‌رود (ژن[۱]، ۲۰۲۱) و سرمایه‌گذاری در ورزش دانش‌آموزی، افزون بر ایجاد اشتغال کوتاه‌مدت، با پرورش استعدادهای ورزشی زمینه‌ساز توسعه اقتصاد ورزش در بلندمدت خواهد بود (مویتا و مواکاسانگولا[۲]، ۲۰۱۹). ورزش دانش‌آموزی نقشی استراتژیک در تربیت نسل سالم ایفا می‌کند (لسکو و رازمیرت[۳]، ۲۰۲۴) و با توجه به چالش‌های بهداشتی معاصر نظیر افزایش چاقی کودکان و کاهش فعالیت بدنی در نوجوانان، تقویت برنامه‌های ورزشی مدارس به ضرورتی اجتماعی تبدیل شده است.

بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی در مسابقات و بازاریابی ورزشی، و تدوین و اعتبارسنجی مدلی ساختاری برای این پدیده در آموزش و پرورش استان گیلان طراحی شده است. بر این پایه، سؤال اصلی پژوهش این است: ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی در مسابقات و بازاریابی ورزشی در آموزش و پرورش استان گیلان کدام‌اند، و مدل ساختاری برازش‌یافته برای تبیین روابط میان این ابعاد چگونه است؟

۱- Zhen

۲- Mwita & Mwakasangula

۳- Lesco & Razmiret

۲. مبانی نظری پژوهش

۲-۱. تأمین مالی ورزش دانش‌آموزی

تأمین مالی ورزش دانش‌آموزی را می‌توان فرایند شناسایی، تجهیز، تنوع‌بخشی، بسیج و تخصیص منابع مالی و غیرمالی موردنیاز برای طراحی، اجرا و تداوم فعالیت‌ها، برنامه‌ها و رویدادهای ورزشی دانش‌آموزان تعریف کرد (وارموس و همکاران[۱]، ۲۰۲۳). در این دیدگاه، تأمین مالی صرفاً به دریافت اعتبارات بودجه‌ای و پرداخت هزینه‌ها محدود نمی‌شود، بلکه مجموعه‌ای از سازوکارها را دربر می‌گیرد که به سازمان‌های آموزشی و ورزشی امکان می‌دهد منابع موردنیاز خود را از محیط داخلی و خارجی شناسایی کرده و آنها را برای تحقق اهداف ورزشی و آموزشی به کار گیرند. این منابع می‌توانند شامل اعتبارات دولتی، سرمایه‌گذاری و حمایت بخش خصوصی، مشارکت‌های مردمی، کمک‌های خیرخواهانه، درآمدهای حاصل از فعالیت‌های ورزشی و همچنین حمایت‌های نقدی و غیرنقدی باشند. ازاین‌رو، در پژوهش حاضر، روش‌های جذب منابع مالی در سه سطح منابع دولتی، خصوصی و مردمی مفهوم‌پردازی شده‌اند. این رویکرد با دیدگاه‌های جدید در زمینه تأمین مالی ورزش که بر وجود ساختارهای چندمنبعی و مشارکت بازیگران مختلف تأکید دارند، همسو است (وستربیک و همکاران[۲]، ۲۰۲۵).

از دیدگاه نظری، تنوع‌بخشی به منابع مالی برای پایداری سازمان‌های ورزشی اهمیت اساسی دارد؛ زیرا وابستگی شدید به یک منبع تأمین مالی می‌تواند انعطاف‌پذیری سازمان را در برابر تغییرات محیطی، نوسانات اقتصادی و محدودیت‌های بودجه‌ای کاهش دهد. در مقابل، یک نظام تأمین مالی متنوع می‌تواند ظرفیت سازمان را برای ترکیب منابع مختلف و استفاده از فرصت‌های محیطی افزایش دهد. در حوزه ورزش، منابع عمومی معمولاً نقش تأمین‌کننده پایه را ایفا می‌کنند، در حالی که منابع خصوصی و مردمی می‌توانند از طریق حمایت مالی، مشارکت اجتماعی، کمک‌های داوطلبانه، درآمدزایی و سازوکارهای تجاری، ظرفیت مالی سازمان‌های

۱- Varmus et al

۲- Westerbeek et al

ورزشی را گسترش دهند (اوبونیو[۱]، ۲۰۲۱) شواهد جدید نیز نشان می‌دهد که اتکای بیش از حد به درآمدهای محدود، حق عضویت یا تأمین مالی کوتاه‌مدت می‌تواند پایداری ورزش پایه را با چالش مواجه سازد و تنوع‌بخشی به منابع مالی و تقویت ظرفیت سازمانی برای جذب منابع مختلف ضروری است (وستربیک و همکاران، ۲۰۲۵). بنابراین، منابع مالی دولتی، خصوصی و مردمی را می‌توان نه جایگزین‌های مطلق، بلکه اجزای مکمل یک نظام تأمین مالی چندمنبعی در نظر گرفت.

تأمین مالی ورزش همچنین دارای یک بعد غیرنقدی است. تجهیزات ورزشی، حمل‌ونقل، خدمات تخصصی، امکانات اجرایی، فضاهای ورزشی، خدمات رسانه‌ای و تبلیغاتی می‌توانند بدون انتقال مستقیم وجه نقد، بخشی از نیازهای اقتصادی یک برنامه یا رویداد ورزشی را پوشش دهند. بنابراین، ارزش اقتصادی یک منبع صرفاً با مبلغ وجه نقد قابل سنجش نیست و ارزش منابع غیرنقدی نیز باید در طراحی نظام تأمین مالی مورد توجه قرار گیرد. پژوهش‌های جدید در حوزه اسپانسرشیپ نشان می‌دهند که سازمان‌های حامی و سازمان‌های ورزشی می‌توانند منابعی فراتر از پرداخت مالی، از جمله دانش مدیریتی، تخصص فنی، مهارت‌های شبکه‌سازی، ایده‌های نوآورانه، محصولات و خدمات را در یک رابطه حمایتی ادغام کنند (باسرو همکاران[۲]، ۲۰۲۰) این رویکرد با ساختار مفهومی پژوهش حاضر، که در آن حمایت تجهیزاتی و خدمات تخصصی در کنار پرداخت نقدی قرار گرفته‌اند، سازگار است.

از منظر اقتصاد ورزش، تأمین مالی زمانی کارآمدتر خواهد بود که با خلق ارزش برای تأمین‌کنندگان منابع همراه باشد. سازمان ورزشی باید بتواند نشان دهد که مشارکت مالی یا غیرمالی چه ارزش اقتصادی، اجتماعی، ارتباطی، اعتباری یا مسئولیت اجتماعی برای تأمین‌کنندگان منابع ایجاد می‌کند. ازاین‌رو، تأمین مالی با مفاهیمی مانند اسپانسرشیپ، بازاریابی، ارتباط با ذی‌نفعان، خلق مشترک ارزش و ظرفیت‌های محیطی پیوند پیدا می‌کند و نمی‌توان آن

۱- Obonyo

۲- Buser et al

را فعالیتی صرفاً حسابداری یا بودجه‌ای تلقی کرد (گروش و همکاران[۱]، ۲۰۲۰). در ورزش دانش‌آموزی، این مسئله اهمیت بیشتری دارد؛ زیرا مسابقات و برنامه‌های ورزشی در محیطی اجرا می‌شوند که اهداف اقتصادی با اهداف آموزشی، اجتماعی و توسعه‌ای به‌طور هم‌زمان وجود دارند. بنابراین، مدل تأمین مالی این حوزه باید ضمن رعایت مأموریت آموزشی و اجتماعی ورزش دانش‌آموزی، بتواند منابع عمومی، خصوصی و مردمی را در چارچوبی شفاف، متنوع و قابل مدیریت به فعالیت‌های ورزشی متصل کند.

۲-۲. حامیان مالی و اسپانسرشیپ ورزشی

اسپانسرشیپ ورزشی را می‌توان نوعی مبادله ارزش میان یک سازمان ورزشی و یک حامی دانست که در آن حامی منابع مالی یا غیرمالی خود را در اختیار یک رویداد، تیم یا سازمان ورزشی قرار می‌دهد و در مقابل، حقوق و منافع مشخصی مانند فرصت ارتباط با مخاطبان، دیده‌شدن برند، تبلیغات، تقویت تصویر سازمانی یا تحقق اهداف مسئولیت اجتماعی دریافت می‌کند. این تعریف بر این فرض نظری استوار است که اسپانسرشیپ یک کمک بلاعوض ساده نیست، بلکه نوعی رابطه مبادله‌ای و مبتنی بر منافع متقابل است. نظریه مبادله در ادبیات اسپانسرشیپ ورزشی نیز بر همین منطق استوار است که طرفین در یک رابطه حمایتی به دنبال دریافت پاداش‌ها و منافع ارزشمند هستند (مک‌کارویل و کوپلند[۲]، ۱۹۹۴).

بر این اساس، اثربخشی اسپانسرشیپ به میزان تناسب میان اهداف حامی و ویژگی‌های رویداد یا سازمان ورزشی وابسته است. هرچه سازمان ورزشی بتواند ارزش پیشنهادی روشن‌تر و متناسب‌تری برای حامی ایجاد کند، احتمال شکل‌گیری و تداوم رابطه حمایت مالی افزایش می‌یابد. این ارزش می‌تواند مالی، ارتباطی، رسانه‌ای، اجتماعی یا مبتنی بر مسئولیت اجتماعی باشد. بنابراین، جذب حامی مالی نیازمند شناخت نیازها و انگیزه‌های طرف مقابل و طراحی مجموعه‌ای از منافع متقابل است. پژوهش‌های جدید نیز نشان می‌دهند که جذب و حفظ

۱- Grohs et al

۲- McCarville & Copeland

اسپانسرها به شناسایی دارایی‌های منحصربه‌فرد سازمان ورزشی، ایجاد اعتماد و تعهد، برقراری ارتباط مستمر، ارزیابی نتایج و فراهم‌کردن فرصت‌های بازاریابی مشترک وابسته است (سیگفرید[۱]، ۲۰۲۳).

از این منظر، حمایت مالی را می‌توان در سه شکل اصلی تحلیل کرد. نخست، حمایت نقدی که در آن حامی مستقیماً بخشی از هزینه‌های رویداد یا برنامه ورزشی را تأمین می‌کند. دوم، حمایت غیرنقدی که می‌تواند در قالب تجهیزات، کالا، حمل‌ونقل، خدمات تخصصی یا امکانات اجرایی ارائه شود. سوم، حمایت ترکیبی که شامل تلفیقی از منابع نقدی و غیرنقدی است. یافته‌های باسرو همکاران[۲] (۲۰۲۰) نیز نشان می‌دهد که روابط اسپانسرشیپ می‌توانند زمینه ادغام مجموعه متنوعی از منابع مالی و غیرمالی را فراهم کنند و سازمان‌های ورزشی از طریق چنین روابطی به دانش، تخصص، محصولات، خدمات و قابلیت‌های شبکه‌ای دسترسی یابند. بنابراین، طبقه‌بندی حمایت‌های نقدی، غیرنقدی و ترکیبی با ماهیت چندبعدی اسپانسرشیپ ورزشی و ساختار ابعاد پژوهش حاضر همخوان است.

اسپانسرشیپ همچنین می‌تواند در قالب قراردادهای کوتاه‌مدت یا بلندمدت شکل گیرد. قرارداد کوتاه‌مدت معمولاً به یک رویداد یا فعالیت مشخص محدود است، در حالی که قرارداد بلندمدت به دنبال ایجاد یک رابطه مستمر میان حامی و سازمان ورزشی است. رابطه بلندمدت می‌تواند امکان برنامه‌ریزی مشترک، شناخت بهتر نیازهای طرفین، افزایش اعتماد و توسعه دارایی‌های ارتباطی را فراهم سازد؛ با این حال، مستلزم وجود سازوکارهای روشن برای مدیریت، نظارت و ارزیابی رابطه است. مطالعات حوزه بازاریابی رابطه‌مند در ورزش نیز نشان داده‌اند که ارتباط مستمر، اعتماد، تعهد، ارزیابی بازده سرمایه‌گذاری و فرصت‌های بازاریابی مشترک، عوامل مهمی در حفظ روابط اسپانسرشیپ بلندمدت هستند (سیگفرید، ۲۰۲۳). همچنین، ادبیات مدیریت استراتژیک اسپانسرشیپ بر اهمیت برنامه‌ریزی، مدیریت رابطه، فعال‌سازی، تناسب و

۱- Siegfried

۲- Buser et al

ارزیابی در اثربخشی روابط حمایت مالی تأکید دارد (کورونیوس و همکاران[۱]، ۲۰۲۱).
از دیدگاه نظریه هزینه مبادله، رابطه میان اسپانسر و سازمان ورزشی بدون هزینه نیست. مذاکره قرارداد، حفاظت از منافع طرفین، اجرای تعهدات، ارائه خدمات به حامی، نظارت بر تحقق تعهدات و ارزیابی نتایج، همگی هزینه‌هایی برای طرفین ایجاد می‌کنند. بنابراین، نظام حمایت مالی زمانی کارآمد خواهد بود که منافع حاصل از رابطه از هزینه‌های ایجاد و مدیریت آن بیشتر باشد (سام و همکاران[۲]، ۲۰۰۵). در ورزش دانش‌آموزی، حامیان مالی علاوه بر انگیزه‌های تجاری، ممکن است از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، ارتباط با جامعه محلی و مشارکت در توسعه اجتماعی نیز انگیزه بگیرند. به همین دلیل، ارزش پیشنهادی مسابقات دانش‌آموزی برای حامیان الزاماً به تعداد مخاطبان یا میزان تبلیغات محدود نیست و می‌تواند شامل ایجاد تصویر اجتماعی مثبت، حمایت از سلامت و فعالیت بدنی جوانان، توسعه فرصت‌های مشارکت ورزشی و تقویت ارتباط سازمان با جامعه محلی باشد. این دیدگاه با پژوهش‌های مربوط به خلق ارزش مشترک در اکوسیستم رویدادهای ورزشی نیز همسو است که بر تولید هم‌زمان ارزش اقتصادی و اجتماعی از طریق روابط میان حامیان و سازمان‌های ورزشی تأکید دارند (کوک و همکاران[۳]، ۲۰۲۱).

۲-۳. بازاریابی ورزشی و ارتباط آن با تأمین مالی

بازاریابی ورزشی فرایندی است که از طریق آن سازمان‌ها و رویدادهای ورزشی ارزش ایجاد، ارائه و مبادله می‌کنند و با مخاطبان و سایر ذی‌نفعان ارتباط برقرار می‌سازند. در زمینه ورزش دانش‌آموزی، بازاریابی را نباید صرفاً به تبلیغات تقلیل داد؛ بلکه تبلیغات، روابط عمومی، برندسازی، ارتباطات رسانه‌ای، تعامل با مخاطبان و ایجاد ارزش برای شرکای تجاری را می‌توان

۱- Koronios et al

۲- Sam et al

۳- Cook et al

اجزای یک نظام بازاریابی ورزشی دانست (کائو و ماتسوکا[۱]، ۲۰۲۵).

ساختار پژوهش حاضر نیز سه مؤلفه تبلیغات و روابط عمومی، برندسازی ورزشی و تعامل با هواداران و مخاطبان را در این بعد قرار داده است. ارتباط نظری میان بازاریابی و تأمین مالی از مفهوم ارزش‌آفرینی ناشی می‌شود. یک رویداد ورزشی زمانی برای حامیان مالی و سایر تأمین‌کنندگان منابع جذاب‌تر می‌شود که بتواند دسترسی به یک گروه مخاطب مشخص، فرصت ارتباطی مناسب و تصویری مطلوب برای برند ایجاد کند و در نتیجه، ارزش اقتصادی و ارتباطی قابل‌قبولی برای شرکای تجاری فراهم آورد. بنابراین، فعالیت‌های بازاریابی می‌توانند ارزش اقتصادی و ارتباطی یک رویداد را افزایش دهند و از این طریق زمینه جذب منابع خصوصی را تقویت کنند (کوک و همکاران ، ۲۰۲۱) . رویکرد خلق مشترک ارزش نیز نشان می‌دهد که رویدادهای ورزشی می‌توانند به‌عنوان بسترهایی برای تعامل بازیگران مختلف عمل کنند و ارزش از طریق ادغام منابع و همکاری شبکه‌های متنوعِ سازمان‌های ورزشی، حامیان، ورزشکاران و مخاطبان ایجاد شود (گروش و همکاران، ۲۰۲۰). در نتیجه، بازاریابی را می‌توان یکی از سازوکارهای تبدیل قابلیت‌ها و دارایی‌های رویداد ورزشی به ارزش قابل ارائه برای تأمین‌کنندگان منابع دانست.

در این چارچوب، تبلیغات و روابط عمومی وظیفه معرفی رویداد، انتقال پیام و ایجاد آگاهی را بر عهده دارند. رسانه‌های محلی، شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات عمومی می‌توانند میزان دیده‌شدن مسابقات و ارزش رسانه‌ای آنها را افزایش دهند. با این حال، اثربخشی فعالیت‌های رسانه‌ای و اسپانسرشیپ صرفاً به افزایش حجم پیام‌های تبلیغاتی وابسته نیست (نارین و همکاران[۲]، ۲۰۲۲). بنابراین، سازمان‌های ورزشی باید در طراحی فعالیت‌های تبلیغاتی و رسانه‌ای، میان اهداف تجاری حامی و تجربه واقعی مخاطبان تعادل برقرار کنند.

برندسازی ورزشی نیز به ایجاد هویت متمایز برای تیم‌ها، مسابقات یا برنامه‌های ورزشی کمک

۱- Cao & Matsuoka

۲- Naraine et al

می‌کند. یک هویت ورزشی مشخص می‌تواند تشخیص‌پذیری رویداد را افزایش داده و زمینه ایجاد ارتباط پایدارتر با مخاطبان و حامیان را فراهم سازد. رویداد ورزشی دارای مجموعه‌ای از برندهای مرتبط، از جمله برند رویداد، مکان، ورزشکار و حامی است و هماهنگی و تعامل میان این بازیگران می‌تواند به خلق ارزش بیشتر برای کل اکوسیستم رویداد منجر شود (گروش و همکاران، ۲۰۲۰). ازاین‌رو، برندسازی در ورزش دانش‌آموزی می‌تواند فراتر از طراحی نام یا نشان مسابقات، به‌عنوان فرایندی برای ایجاد هویت، اعتبار و ارزش ارتباطی برای برنامه‌های ورزشی مورد توجه قرار گیرد.

بعد سوم، تعامل با هواداران و مخاطبان است. در محیط دیجیتال، مخاطبان تنها دریافت‌کننده پیام نیستند، بلکه می‌توانند در تولید، انتشار و تقویت محتوای ورزشی مشارکت کنند. مرور پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه تعامل مصرف‌کنندگان در رسانه‌های اجتماعی ورزشی نشان می‌دهد که ویژگی‌های محتوا، ویژگی‌های تیم یا ورزشکار، ویژگی‌های حامی، انگیزش و میزان همانندسازی با تیم یا جامعه از عوامل مهم تعامل مخاطبان هستند و پیامدهای این تعامل نیز می‌تواند شامل افزایش وفاداری و تقویت قصدهای رفتاری باشد (کائو و ماتسوکا[۱]، ۲۰۲۵). بنابراین، تعامل مخاطبان می‌تواند به‌عنوان یک دارایی ارتباطی، ارزش پیشنهادی رویداد را برای حامیان و سایر شرکای تجاری تقویت کند.

از این منظر، رابطه بازاریابی و اسپانسرشیپ ماهیتی دوطرفه دارد. از یک سو، بازاریابی مناسب ارزش تجاری و ارتباطی یک رویداد را برای حامی افزایش می‌دهد و از سوی دیگر، منابع حاصل از حمایت مالی می‌توانند امکان توسعه فعالیت‌های بازاریابی، رسانه‌ای و ارتباطی را فراهم کنند. بنابراین، در مدل نظری پژوهش حاضر، بازاریابی ورزشی نباید فعالیتی جانبی در کنار تأمین مالی تلقی شود، بلکه یکی از سازوکارهای اصلی ایجاد ارزش برای جذب و حفظ منابع مالی است. ادبیات اسپانسرشیپ نیز بر این ارتباط تأکید دارد. رابطه میان حامی و دارایی ورزشی زمانی اثربخش‌تر است که اهداف طرفین، منافع متقابل و زمینه رابطه به‌صورت هم‌زمان مورد توجه قرار

۱- Cao & Matsuoka

گیرد. همچنین، ارزیابی اسپانسرشیپ باید مشخص کند که فعالیت‌های حمایت مالی تا چه حد توانسته‌اند اهداف ارتباطی و بازاریابی مورد انتظار را محقق کنند (اوریلی و مادیل[۱]، ۲۰۱۲). بنابراین، در ورزش دانش‌آموزی، بازاریابی می‌تواند به‌عنوان پلی ارتباطی میان رویداد ورزشی و بازار منابع عمل کند؛ به این معنا که ارزش آموزشی و اجتماعی مسابقه را به ارزش‌هایی قابل ارائه برای حامیان، رسانه‌ها و سایر شرکای بالقوه تبدیل کند.

۲-٤. ظرفیت‌های محلی و همکاری‌های بین‌سازمانی

ظرفیت‌های محلی و منطقه‌ای به مجموعه منابع، قابلیت‌ها، شبکه‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، انسانی، جغرافیایی و نهادی موجود در یک منطقه اشاره دارد که می‌توانند برای تحقق اهداف یک برنامه یا رویداد ورزشی مورد استفاده قرار گیرند. در این رویکرد، منطقه صرفاً محل اجرای مسابقه نیست، بلکه یک منبع بالقوه برای تولید ارزش، بسیج منابع و ایجاد همکاری محسوب می‌شود. رویکردهای جدید در توسعه ورزش جامعه‌محور نیز بر اهمیت توجه به پیوندهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جوامع و قرار دادن جامعه محلی در مرکز فرایندهای توسعه ورزش تأکید دارند (موری و همکاران[۲]، ۲۰۲۴). ظرفیت‌های محلی می‌توانند شکل‌های مختلفی داشته باشند. ظرفیت اقتصادی شامل شرکت‌ها، بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای محلی است که می‌توانند به‌عنوان حامی یا شریک تجاری وارد شوند. ظرفیت انسانی شامل مربیان، داوطلبان، مدیران، متخصصان و نیروهای اجرایی است. ظرفیت فرهنگی شامل هویت‌ها، سنت‌ها و ارزش‌های ورزشی منطقه است و ظرفیت جغرافیایی و گردشگری نیز می‌تواند جذابیت رویداد را افزایش دهد. در پژوهش حاضر نیز ظرفیت‌های گردشگری ورزشی، نیروی انسانی مستعد و فرهنگ ورزشی محلی در این چارچوب قرار گرفته‌اند. پژوهش‌های مربوط به توسعه ورزش جامعه‌محور نشان می‌دهند که توسعه فرصت‌های ورزشی و افزایش ظرفیت اجرایی، به تعامل میان ظرفیت‌های جامعه و سازوکارهای سازمانی وابسته است (موری و همکاران ، ۲۰۲۴).

۱- O'Reilly & Madill

۲- Mori et al

مفهوم ظرفیت محلی با نظریه منابع نیز قابل تبیین است. بر اساس دیدگاه منبع‌محور، مزیت سازمانی از دسترسی و توانایی بهره‌برداری از منابع ارزشمند و قابلیت‌های متمایز ناشی می‌شود. در محیط ورزش دانش‌آموزی، منابع محلی الزاماً دارایی‌های مالی مستقیم نیستند؛ بلکه شبکه روابط، اعتبار اجتماعی، دانش محلی، نیروی انسانی، هویت فرهنگی و ویژگی‌های جغرافیایی نیز می‌توانند به منابع قابل بهره‌برداری تبدیل شوند. با این حال، صرف وجود این منابع در محیط برای ایجاد ارزش کافی نیست؛ سازمان باید بتواند آنها را شناسایی، سازمان‌دهی و در قالب یک پیشنهاد ارزشمند برای ذی‌نفعان و تأمین‌کنندگان منابع به کار گیرد. مطالعات حوزه رویدادهای ورزشی نیز نشان می‌دهند که شناسایی وابستگی‌های منابع و هماهنگی میان نقش‌ها و ساختارهای بازیگران مختلف، می‌تواند فرایند خلق مشترک ارزش را تسهیل کند (گروش و همکاران، ۲۰۲۰). در کنار ظرفیت‌های محلی، همکاری بین‌سازمانی به روابط هدفمند میان آموزش و پرورش، سازمان‌های ورزشی، بخش خصوصی، شهرداری‌ها، نهادهای عمومی، رسانه‌ها، شرکت‌ها، خیرین و سایر ذی‌نفعان اشاره دارد. همکاری به سازمان اجازه می‌دهد منابعی را که در اختیار یک سازمان واحد نیستند، از طریق شبکه‌ای از روابط شناسایی و بسیج کند. در این چارچوب، همکاری بین‌سازمانی صرفاً انتقال یک‌باره منابع نیست، بلکه می‌تواند زمینه ادغام قابلیت‌ها، دانش، خدمات و منابع متنوع میان بازیگران مختلف را فراهم سازد (گروش و همکاران، ۲۰۲۰).

از منظر نظریه روابط بین‌سازمانی، رابطه میان سازمان‌ها می‌تواند به شکل یک رابطه مستمر مبتنی بر اعتماد، منافع متقابل، هماهنگی، تعهد و سازوکارهای رسمی و غیررسمی حکمرانی شکل گیرد. در حوزه اسپانسرشیپ ورزشی، چارچوب روابط بین‌سازمانی بر اهمیت زمینه رابطه، منافع مشترک و قدرت شبکه‌ای میان سازمان ورزشی و حامی تأکید دارد (کازنس و همکاران[۱]، ۲۰۰۶؛ اولکونن[۲]، ۲۰۰۱). پژوهش‌های جدید نیز نشان داده‌اند که روابط اسپانسرشیپ زمانی از

۱- Cousens et al

۲- Olkkonen

کارکرد صرفاً تبلیغاتی فراتر می‌روند که بازیگران بتوانند منابع و قابلیت‌های خود را در قالب مشارکت‌های راهبردی ادغام کنند (باسرو همکاران، ۲۰۲۰).

همکاری بین‌سازمانی همچنین می‌تواند هزینه دسترسی به منابع را کاهش دهد و امکان ترکیب منابع مکمل را فراهم کند. برای مثال، آموزش و پرورش ممکن است دسترسی به جامعه دانش‌آموزی و ظرفیت سازمانی داشته باشد، در حالی که یک شرکت محلی منابع مالی و ظرفیت بازاریابی در اختیار دارد و یک رسانه محلی نیز امکان پوشش رسانه‌ای رویداد را فراهم می‌کند. ترکیب این منابع مکمل می‌تواند ارزش کل رویداد را افزایش دهد، بدون آنکه یک سازمان به‌تنهایی مجبور به تأمین تمام منابع موردنیاز باشد. بر اساس منطق خلق مشترک ارزش، رویداد ورزشی می‌تواند بستری برای گردهم‌آوردن منابع بازیگران مختلف باشد و از طریق همکاری، وابستگی‌های منابع و هماهنگی نقش‌ها، ارزش اقتصادی و اجتماعی جدیدی ایجاد شود (گروش و همکاران، ۲۰۲۰).

در این چارچوب، مشارکت عمومی خصوصی، شبکه‌سازی با حامیان و استفاده از ظرفیت‌های محلی سه سازوکار مکمل محسوب می‌شوند. مشارکت عمومی خصوصی امکان ترکیب منابع بخش عمومی و خصوصی را فراهم می‌کند؛ شبکه‌سازی، دسترسی به طیف گسترده‌تری از حامیان و شرکای بالقوه را افزایش می‌دهد؛ و استفاده از ظرفیت‌های محلی، منابع موجود در محیط پیرامون رویداد را به فرصت‌های قابل بهره‌برداری تبدیل می‌کند. در ساختار مفهومی پژوهش حاضر نیز این سه سازوکار به‌عنوان مؤلفه‌های همکاری بین‌سازمانی لحاظ شده‌اند. از این منظر، همکاری شبکه‌ای می‌تواند به سازمان‌های ورزشی کمک کند تا فراتر از منابع درون‌سازمانی، به قابلیت‌ها و منابع موجود در اکوسیستم محلی دسترسی یابند. در مجموع، ظرفیت‌های محلی و همکاری بین‌سازمانی دو مفهوم متمایز اما به‌هم‌پیوسته هستند. ظرفیت محلی نشان‌دهنده آن چیزی است که در محیط وجود دارد و همکاری بین‌سازمانی نشان‌دهنده چگونگی شناسایی، بسیج و ترکیب این منابع است. بنابراین، برای جذب منابع مالی و حامیان، صرف وجود ظرفیت‌های منطقه‌ای کافی نیست؛ بلکه سازوکارهای ارتباطی، مدیریتی و سازمانی لازم است تا این ظرفیت‌ها به منابع بالفعل برای مسابقات و برنامه‌های ورزشی تبدیل شوند. در نتیجه، تأمین مالی پایدار ورزش دانش‌آموزی را می‌توان فرایندی دانست که در آن منابع دولتی،

خصوصی و مردمی از طریق سازوکارهای اسپانسرشیپ، بازاریابی، ارزش‌آفرینی، بهره‌برداری از ظرفیت‌های محلی و همکاری‌های بین‌سازمانی در یک نظام منسجم با یکدیگر پیوند می‌یابند.

۳. پیشینه پژوهش

پژوهش‌های انجام‌شده را می‌توان در سه دسته اصلی شامل تأمین مالی ورزش دانش‌آموزی، بازاریابی ورزشی و حمایت مالی/همکاری بین‌سازمانی طبقه‌بندی کرد.

در حوزه تأمین مالی ورزش دانش‌آموزی، پاکدلان و همکاران[۱] (۲۰۲۱) با بررسی دیدگاه ۱۷ خبره، ۲۷ راهکار توسعه منابع مالی را در شش عامل شناسایی کردند که جذب خیرین و حامیان بخش خصوصی نیز در میان آنها قرار داشت. حسینی و همکاران[۲]، (۲۰۲۱) استفاده از نظریه داده‌بنیاد، الگویی پارادایمی برای توسعه منابع مالی المپیادهای ورزشی دانش‌آموزی ارائه کردند که در آن مشارکت بخش خصوصی، تقویت نظام مدیریتی و ارتقای فضا و تجهیزات ورزشی برجسته بود.

لطفی سدهی و همکاران[۳]، (۲۰۲۴) با استفاده از منطق فازی، راهبردهای پایدار رویدادهای ورزش دانش‌آموزی را بررسی کردند و حمایت مالی و تجهیزات را از عناصر مهم شناسایی‌شده دانستند. زردشتیان و الماسی (۲۰۲۴) نیز فرصت‌ها و چالش‌های ورزش دانش‌آموزان دختر را بررسی کردند، اما تمرکز اصلی مطالعه آنها بر مجموعه گسترده‌تری از فرصت‌ها و چالش‌های ورزش دانش‌آموزی بود و تأمین مالی، حمایت مالی و بازاریابی را در قالب یک مدل یکپارچه ساختاری بررسی نکردند.

در حوزه موانع اجرایی، شریفیان و ملکی‌پور حرجندی (۲۰۲۲) موانع اجرایی المپیادهای ورزشی

۱- Pakdelan et al

۲- Hoseyni et al

۳- Lotfi Sedehi et al

درون‌مدارس را بررسی کردند و موانع مدیریتی را در میان عوامل مهم گزارش کردند. این مطالعه اهمیت شرایط اجرایی مسابقات را نشان می‌دهد، اما تمرکز آن بر سازوکارهای جذب منابع مالی و حامیان مالی نیست.

در حوزه بازاریابی، کمالوند و افشاری[۱]، (۲۰۲۱) عوامل مؤثر بر توسعه بازاریابی در ورزش دانش‌آموزی را بررسی و بر نقش عوامل اقتصادی، اجتماعی، نیروی انسانی و مدیریتی تأکید کردند. معادی و همکاران[۲]، (۲۰۲۵) نیز الگوی ارتباطات یکپارچه بازاریابی در تربیت بدنی و ورزش وزارت آموزش و پرورش را ارائه کردند و تأمین مالی، ترفیع، ساختار آموزشی و روش‌های بازاریابی را در توسعه اقتصادی این حوزه مورد توجه قرار دادند.

در مطالعات مرتبط با تأمین مالی ورزش در سطح گسترده‌تر، واحدی‌زاده و همکاران (۲۰۲۰) راهکارهای توسعه منابع مالی و درآمدزایی فدراسیون‌های ورزشی ایران را بررسی کردند و کامیاب و همکاران (۲۰۲۳) نیز روش‌های تأمین مالی باشگاه‌های ورزشی را در شرایط تحریم تحلیل کردند. این مطالعات اهمیت تنوع‌بخشی به منابع درآمدی و استفاده از ظرفیت‌های تجاری و بخش خصوصی را نشان می‌دهند، اما جامعه و زمینه آنها با ورزش دانش‌آموزی و مسابقات مدارس تفاوت دارد.

در مطالعات بین‌المللی نیز صبا و همکاران[۳] (۲۰۲۱) رابطه منابع با برنامه‌های ورزشی مدارس را بررسی کردند و روسلایف و همکاران[۴] (۲۰۲۳) چارچوبی برای ارزیابی ارائه ورزش، فعالیت بدنی و تربیت بدنی مدرسه‌ای ارائه دادند. سیپریانو و همکاران[۵] (۲۰۲۴) بر مدیریت پایدار ورزش

۱- Kamalvand & Afshari

۲- Maadi et al

۳- Saba et al

٤- Rocliffe et al

٥- Cipriano et al

مدارس و تعامل با ذی‌نفعان تأکید کردند. همچنین توث و ماترای[۱] (۲۰۲۳) ساختار تأمین مالی ورزش در مجارستان را از منظر مالیه عمومی بررسی کردند. این مطالعات نشان می‌دهند که تأمین منابع، ساختار مدیریتی، ذی‌نفعان و زمینه اقتصادی از عوامل مرتبط با توسعه ورزش مدرسه‌ای و ورزشی هستند، اما تمرکز آنها بر تدوین یک مدل بومی و یکپارچه برای جذب منابع مالی و حامیان در مسابقات ورزش دانش‌آموزی نیست.

٤. خلأ پژوهشی

مرور مطالعات پیشین نشان می‌دهد که دانش موجود در این حوزه بیشتر به‌صورت موضوعی و پراکنده توسعه یافته است. برخی مطالعات بر شناسایی راهکارهای تأمین مالی ورزش دانش‌آموزی تمرکز کرده‌اند (پاکدلان و همکاران، ۲۰۲۱)، برخی بر توسعه منابع مالی المپیادهای دانش‌آموزی (حسینی و همکاران، ۲۰۲۱)، برخی بر موانع اجرایی مسابقات (شریفیان و ملکی پور حرجندی[۲]، ۲۰۲۲)، برخی بر راهبردهای پایدار رویدادهای دانش‌آموزی (لطفی سدهی و همکاران، ۲۰۲۴) و برخی بر توسعه بازاریابی ورزش دانش‌آموزی یا ارتباطات یکپارچه بازاریابی در آموزش و پرورش متمرکز بوده‌اند (کمالوند و افشاری، ۲۰۲۱؛ معادی و همکاران، ۲۰۲۵).

بنابراین، مسئله پژوهش حاضر صرفاً کمبود منابع مالی نیست؛ بلکه چگونگی شکل‌گیری یک نظام یکپارچه برای جذب منابع مالی و حامیان مالی در مسابقات ورزشی دانش‌آموزی است. در چنین نظامی، روش‌های تأمین منابع مالی، سازوکارهای حمایت مالی، راهبردهای بازاریابی، موانع مالی، همکاری‌های بین‌سازمانی و ظرفیت‌های محلی می‌توانند به‌عنوان اجزای مرتبط یک پدیده واحد مورد بررسی قرار گیرند. مطالعات پیشین هر یک بخشی از این اجزا را بررسی کرده‌اند، اما در مجموعه مطالعات مورد بررسی، شواهد محدودی از ترکیب همزمان این شش حوزه در قالب

۱- Tóth & Mátrai

۲- Sharifian & Malekipour Harjandi

یک مدل ساختاری بومی برای ورزش دانش‌آموزی مشاهده می‌شود. بنابراین، به‌جای ادعای مطلق درباره نبود مدل جامع، می‌توان گفت خلأ اصلی ادبیات، فقدان شواهد کافی درباره چگونگی ارتباط و اهمیت نسبی این ابعاد در یک چارچوب یکپارچه و بومی برای مسابقات ورزش دانش‌آموزی است.

این خلأ به‌ویژه در زمینه استان گیلان اهمیت دارد. استان گیلان از ظرفیت‌های طبیعی، فرهنگی و انسانی مرتبط با ورزش و گردشگری ورزشی برخوردار است و مقاله حاضر نیز این ظرفیت‌ها را در قالب ظرفیت‌های محلی و منطقه‌ای مورد توجه قرار داده است. با این حال، ادعای وجود کمبود منابع مالی یا ضعف بازاریابی به‌عنوان واقعیت قطعی استان، بدون داده مستقیم استانی قابل دفاع نیست؛ ازاین‌رو در پژوهش حاضر این موارد به‌عنوان ابعاد و مسائل قابل بررسی در مدل در نظر گرفته شده‌اند، نه به‌عنوان پیش‌فرض اثبات‌شده. اهمیت زمینه‌ای مطالعه نیز با توجه به شواهد مربوط به منابع موردنیاز برنامه‌های ورزشی مدارس (صبا و همکاران، ۲۰۲۱)، موانع اجرایی مسابقات (شریفیان و ملکی پور حرجندی، ۲۰۲۲) و ظرفیت‌های تأمین مالی و بازاریابی در ورزش دانش‌آموزی (کمالوند و افشاری، ۲۰۲۱؛ معادی و همکاران، ۲۰۲۵؛ پاکدلان و همکاران ، ۲۰۲۱) قابل تبیین است. پژوهش حاضر با استفاده از طرح آمیخته اکتشافی متوالی، ابتدا ابعاد و مؤلفه‌های پدیده را از دیدگاه خبرگان شناسایی و سپس مدل حاصل را با استفاده از داده‌های کمی اعتبارسنجی می‌کند.

۵. روش شناسی

پژوهش حاضر با توجه به هدف اصلی آن، در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد که با رویکردی اکتشافی به دنبال ارائه راهکارهای عملیاتی و بومی است. برای دستیابی به این هدف، از روش تحقیق آمیخته (کیفی-کمی) با طرح اکتشافی متوالی استفاده شده است. این روش امکان ترکیب داده‌های عمیق و تفسیری از مرحله کیفی با تحلیل‌های دقیق آماری از مرحله کمی را فراهم می‌کند تا مدلی جامع برای جذب منابع مالی طراحی و اعتبارسنجی شود.

در فاز اول (بخش کیفی)، پژوهش با هدف اکتشافی انجام شد تا ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های کلیدی روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی در ورزش دانش‌آموزی شناسایی شوند. در

این مرحله از رویکرد تحلیل مضمون براون و کلارک (۲۰۰۶) استفاده شد که شامل شش مرحله آشنایی با داده‌ها، ایجاد کدهای اولیه، جستجوی مضامین، بازبینی مضامین، تعریف و نام‌گذاری مضامین و تهیه گزارش نهایی بود. مشارکت‌کنندگان شامل خبرگان حوزه ورزش و تربیت بدنی، بازاریابی ورزشی و مدیریت مالی آموزش و پرورش استان گیلان بودند که با معیارهایی نظیر حداقل پنج سال سابقه کاری مرتبط، دانش تخصصی در حوزه بازاریابی ورزشی و جذب حامیان مالی، و نقش تأثیرگذار در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با فعالیت‌های ورزشی انتخاب شدند. از روش نمونه‌گیری هدفمند با رویکرد گلوله‌برفی استفاده شد.

در تعیین حجم نمونه کیفی، از معیار کفایت داده‌ها به‌جای اشباع نظری به مفهوم رایج آن در نظریه داده‌بنیاد استفاده شد؛ زیرا کاربرد اصطلاح اشباع نظری بیشتر در روش‌های نظریه‌پردازی مانند نظریه داده‌بنیاد رایج است، در حالی که در تحلیل مضمون، معیار مناسب‌تر، توقف نمونه‌گیری بر اساس عدم ظهور مضمون تازه در مصاحبه‌های متوالی و کفایت اطلاعات برای پوشش ابعاد شناسایی‌شده است. در پژوهش حاضر، این معیار به‌صورت عدم ظهور کد یا مضمون جدید در دو مصاحبه متوالی تعریف شد؛ چنین وضعیتی پس از مصاحبه هجدهم مشاهده شد، اما برای اطمینان بیشتر از کفایت اطلاعات، مصاحبه‌ها تا نفر بیستم ادامه یافت. میانگین مدت هر مصاحبه حدود ۶۰ دقیقه بود.

واحد تحلیل در این پژوهش، عبارت یا جمله معنادار استخراج‌شده از متن پیاده‌شده مصاحبه‌ها بود. در گام نخست، ۱۹۴ عبارت معنایی اولیه از متن مصاحبه‌ها استخراج شد؛ در گام دوم، عبارات هم‌معنا و مشابه ادغام و به ۵۴ کد باز غیرتکراری تقلیل یافتند؛ در گام سوم، کدهای باز بر اساس قرابت مفهومی در ۱۸ مضمون فرعی دسته‌بندی شدند؛ و در گام پایانی، مضامین فرعی مرتبط ذیل ۶ مضمون اصلی (بُعد) سازمان‌دهی شدند. به این ترتیب هر عبارت معنایی به یک کد باز نگاشت شد، اما هر کد باز از تجمیع چند عبارت معنایی مشابه از مصاحبه‌شوندگان مختلف حاصل شده است؛ خلاصه این ساختار در جدول ۲ ارائه شده است.

برای اطمینان از کیفیت و استحکام داده‌های کیفی، از معیارهای چهارگانه پیشنهادی لینکلن و گوبا (۱۹۸۵) شامل اعتبار، انتقال‌پذیری، قابلیت اعتماد و تأییدپذیری استفاده شد. برای سنجش اعتبار، نتایج اولیه تحلیل مضمون به چند نفر از خبرگان بازگردانده شد تا نظرات اصلاحی آنها

اعمال گردد. توصیف غنی و دقیق از محیط پژوهش و فرآیند مصاحبه برای تأمین انتقال‌پذیری ارائه شد و تمام مراحل کدگذاری مستندسازی گردید. برای سنجش پایایی کدگذاری (میان‌کدگذار)، چهار مصاحبه (معادل ۲۰ درصد نمونه) توسط یک کدگذار مستقل، مجدداً کدگذاری شد و میزان توافق با کدهای پژوهشگر محاسبه گردید (جدول ۳)؛ نتایج نشان داد پایایی کلی کدگذاری میان دو کدگذار برابر با ۸۳.۳ درصد است که در سطح قابل قبول قرار دارد.

در فاز دوم (بخش کمی)، مدل مفهومی استخراج‌شده در دو مرحله متمایز مورد اعتبارسنجی قرار گرفت. در مرحله نخست، اعتبار محتوایی ابعاد، مؤلفه‌ها و کدهای مدل مفهومی حاصل از تحلیل مضمون از طریق شاخص‌های نسبت روایی محتوا (**CVR**) و شاخص روایی محتوا (**CVI**) توسط پنلی متشکل از ۱۲ خبره ارزیابی شد؛ این گام پیش از طراحی نهایی پرسشنامه انجام شد. میانگین **CVR** کدهای تأییدشده ۰.۸۵ و میانگین **CVI** آنها ۰.۹۳ بود که نشان‌دهنده سطح بالای توافق خبرگان درباره اهمیت و مرتبط‌بودن کدهاست. در مرحله دوم و مجزا از مرحله نخست، روایی صوری و محتوایی گویه‌های نهایی پرسشنامه محقق‌ساخته (که از تبدیل هر یک از ۵۴ کد به یک گویه اختصاصی حاصل شده بود) توسط پنلی متفاوت متشکل از ۱۰ خبره بررسی شد. به‌کارگیری دو پنل مجزا برای این دو گام – اعتبارسنجی مفهومی مدل و اعتبارسنجی ابزار اندازه‌گیری – رویه‌ای متداول در پژوهش‌های آمیخته اکتشافی است.

منبع طراحی گویه‌ها، بیان مستقیم مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها و ادبیات نظری مرتبط با هر کد بود. روایی صوری گویه‌ها با بررسی وضوح، سادگی زبانی و عدم ابهام هر گویه توسط پنل ده‌نفره خبرگان انجام و اصلاحات جزئی زبانی در چند گویه اعمال شد. پیش از توزیع نهایی، پرسشنامه در قالب یک پیش‌آزمون میان ۳۰ نفر از جامعه هدف اجرا شد و بر اساس بازخورد آنان (وضوح سؤالات و زمان تکمیل) اصلاحات جزئی اعمال گردید. گویه‌ها بر مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت (از ۱=کاملاً مخالفم تا ۵=کاملاً موافقم) طراحی شدند و در نهایت پرسشنامه شامل ۵۴ گویه مرتبط با ۶ مضمون اصلی و ۱۸ مؤلفه فرعی بود.

با توجه به قرابت مفهومی میان برخی سازه‌های مدل، به‌ویژه سازه‌های روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی و حمایت مالی که هر دو در کنار سازه مرتبه‌بالاتر روش‌های جذب منابع مالی و

حامیان مالی در مدل حضور دارند، برای احتمال همپوشانی مفهومی روایی واگرای این سازه‌ها به‌طور ویژه از طریق معیار فورنل-لارکر در فاز کمی بررسی شد (نتایج در بخش یافته‌ها ارائه شده است).

جامعه آماری بخش کمی شامل تمامی مدیران، مربیان، معلمان تربیت بدنی و برگزارکنندگان مسابقات ورزشی در مدارس دولتی و غیردولتی آموزش و پرورش استان گیلان، و همچنین حامیان مالی فعال بود. از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد: ابتدا مناطق جغرافیایی استان به خوشه‌های شهری و روستایی تقسیم شدند، سپس به‌صورت تصادفی تعدادی از مدارس و سازمان‌های مرتبط در هر خوشه انتخاب و در نهایت افراد واجد شرایط به‌عنوان نمونه برگزیده شدند. برای تعیین حجم نمونه از قاعده کالین (۲۰۱۵) استفاده شد که حداقل ۲۰ نمونه برای هر متغیر پنهان توصیه می‌کند؛ با شناسایی ۱۸ متغیر پنهان، حداقل حجم نمونه ۳۶۰ نفر تعیین شد. از ۳۸۰ پرسشنامه توزیع‌شده، ۳۷۱ پرسشنامه به‌صورت کامل بازگردانده شد (نرخ بازگشت ۹۷.۶۳ درصد).

پایایی پرسشنامه با دو شاخص آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (**CR**) ارزیابی شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم‌افزارهای **SPSS** نسخه ۲۴ برای آمار توصیفی و **Smart PLS** ۳ برای مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (**SEM-PLS**) استفاده شد. فرآیند تحلیل در دو مرحله بررسی مدل اندازه‌گیری (شامل ارزیابی روایی همگرا از طریق **AVE** و روایی واگرا از طریق معیار فورنل-لارکر) و بررسی مدل ساختاری (شامل محاسبه ضرایب مسیر، مقادیر **R²** و آزمون بوت‌استرپ) صورت پذیرفت.

٦. یافته‌ها

پژوهش حاضر با رویکرد آمیخته اکتشافی در دو فاز کیفی و کمی اجرا شد. در فاز کیفی، داده‌های حاصل از مصاحبه با ۲۰ نفر از خبرگان از طریق تحلیل مضمون براون و کلارک (۲۰۰۶) تجزیه و تحلیل گردید و در فاز کمی، مدل مفهومی استخراج‌شده از طریق اعتبارسنجی خبرگان و مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی **(SEM-PLS)** مورد آزمون قرار گرفت.

٦-١. یافته‌های بخش کیفی

در مرحله کیفی پژوهش، ۲۰ نفر از خبرگان کلیدی با استفاده از روش نمونه‌گیری ترکیبی هدفمند و گلوله برفی انتخاب شدند. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی این مشارکت‌کنندگان در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول (۱). ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان بخش کیفی

کد خبره	جنسیت	سن (سال)	تحصیلات	جایگاه	سابقه (سال)	حوزه تخصصی
E۱	مرد	۵۲	دکتری	مدیرکل آموزش و پرورش	۲۷	مدیریت آموزشی
E۲	زن	۴۴	کارشناسی ارشد	رئیس اداره تربیت بدنی	۱۹	تربیت بدنی
E۳	مرد	۴۸	دکتری	استاد دانشگاه	۲۳	بازاریابی ورزشی
E۴	زن	۴۰	کارشناسی ارشد	مربی ورزشی	۱۶	ورزش دانش‌آموزی
E۵	مرد	۵۴	دکتری	مشاور مالی آموزش و پرورش	۲۹	مدیریت مالی
E۶	زن	۳۸	کارشناسی ارشد	کارشناس بازاریابی	۱۵	بازاریابی
E۷	مرد	۵۰	دکتری	رئیس هیئت ورزشی استانی	۲۵	مدیریت ورزشی

E۸	مرد	۴۵	کارشناسی ارشد	مسئول جذب اسپانسر	۲۰	بازاریابی ورزشی
E۹	زن	۴۷	دکتری	استاد دانشگاه	۲۲	مدیریت استراتژیک
E۱۰	مرد	۴۹	کارشناسی ارشد	مدیر مدرسه	۲۴	مدیریت آموزشی
E۱۱	زن	۴۲	دکتری	تحلیلگر داده‌های ورزشی	۱۸	تحلیل رفتار
E۱۲	مرد	۴۱	کارشناسی ارشد	مربی حرفه‌ای	۱۷	تربیت بدنی
E۱۳	زن	۴۶	دکتری	مدیر پروژه‌های ورزشی	۲۳	مدیریت پروژه
E۱۴	مرد	۴۳	کارشناسی ارشد	کارشناس بازاریابی دیجیتال	۱۹	بازاریابی دیجیتال
E۱۵	زن	۴۵	دکتری	استاد دانشگاه	۲۰	علوم ورزشی
E۱۶	مرد	۵۱	کارشناسی ارشد	رئیس اداره مالی	۲۶	مدیریت مالی
E۱۷	زن	۳۹	کارشناسی ارشد	مسئول روابط عمومی	۱۶	روابط عمومی، اسپانسرشیپ
E۱۸	مرد	۴۶	دکتری	رئیس انجمن ورزشی مدارس	۲۲	مدیریت ورزشی

E۱۹	زن	۴۱	کارشناسی ارشد	کارشناس تربیت بدنی	۱۸	ورزش دانش‌آموزی
E۲۰	مرد	۴۸	دکتری	مدیر توسعه برنامه‌های ورزشی	۲۴	مدیریت ورزشی

بر اساس جدول ۱، مشارکت‌کنندگان بخش کیفی از تنوع جنسیتی نسبتاً متوازنی برخوردار بودند (۵۵ درصد مرد و ۴۵ درصد زن). میانگین سنی ۴۵.۴۵ سال (دامنه ۳۸ تا ۵۴ سال) و میانگین سابقه کاری ۲۱.۱۵ سال (دامنه ۱۵ تا ۲۹ سال) نشان‌دهنده بلوغ حرفه‌ای و تجربه عملی مناسب خبرگان است. از نظر تحصیلی، توزیع برابری میان دارندگان مدرک دکتری و کارشناسی ارشد (هر کدام ۵۰ درصد) وجود داشت

فرآیند تحلیل مضمون داده‌های کیفی بر اساس مراحل شش‌گانه براون و کلارک (۲۰۰۶) و با بهره‌گیری از نرم‌افزار MAXQDA ۲۰۲۰ انجام شد. در مرحله آشنایی با داده‌ها، پس از پیاده‌سازی ۲۰ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، در مجموع حدود ۱۴۲ صفحه متن تولید شد که پژوهشگر با مطالعه مکرر آنها (حداقل چهار بار برای هر مصاحبه) با محتوای داده‌ها کاملاً آشنا گردید. در مرحله کدگذاری باز، ۱۹۴ عبارت معنایی اولیه شناسایی شد که پس از حذف موارد تکراری، ادغام مفاهیم مشابه و پالایش معنایی، به ۵۴ زیرشاخه (کد باز) منحصربه‌فرد تقلیل یافت. در مراحل جستجوی مضامین، بازبینی، تعریف و نام‌گذاری، این ۵۴ زیرشاخه در ۱۸ مضمون فرعی (مؤلفه) و ۶ مضمون اصلی (بُعد) سازمان‌دهی شدند.

ساختار کامل ابعاد، مضامین فرعی، زیرشاخه‌ها، کدهای مصاحبه‌شوندگان و فراوانی هر زیرشاخه در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول (۲). ابعاد، مضامین فرعی، زیرشاخه‌ها، کدهای مصاحبه‌شوندگان و فراوانی

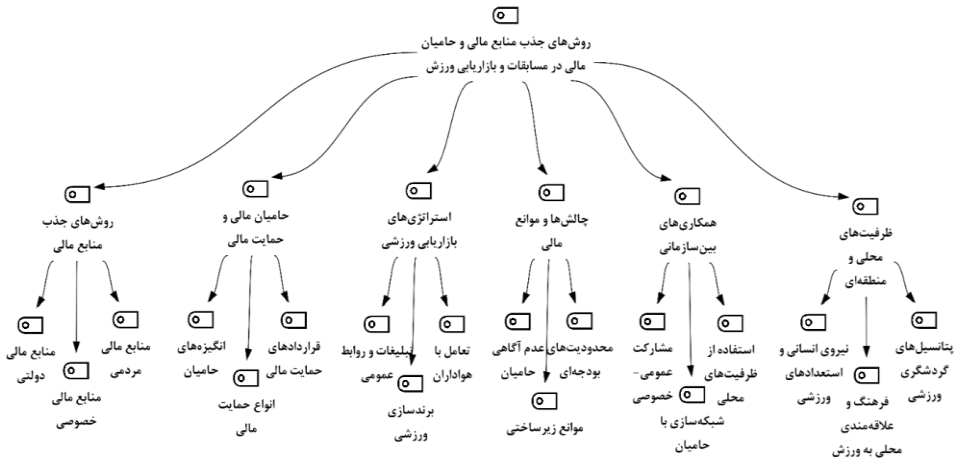
مضمون اصلی	مضمون فرعی	زیرشاخه	کد مصاحبه‌شونده	فراوانی
روش‌های جذب منابع مالی	منابع مالی دولتی	تخصیص بودجه سالانه از وزارت آموزش و پرورش	E۳، E۹، E۱۴	۳
		یارانه‌های دولتی برای زیرساخت‌های ورزشی	E۵، E۱۲، E۱۷، E۲۰	۴
		معافیت‌های مالیاتی برای پروژه‌های ورزشی دانش‌آموزی	E۱، E۸، E۱۵	۳
	منابع مالی خصوصی	قراردادهای اسپانسرشیپ با شرکت‌های محلی	E۴، E۶، E۱۱، E۱۳، E۱۸	۵
		فروش حق پخش رویدادهای ورزشی دانش‌آموزی	E۲، E۱۰، E۱۹	۳
		درآمد از فروش بلیت مسابقات محلی	E۱، E۷، E۹، E۱۶	۴
	منابع مالی مردمی	جمع‌آوری کمک‌های خیریه از والدین	E۳، E۱۲، E۱۵، E۲۰	۴
		پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی آنلاین	E۵، E۱۱، E۱۷	۳
		فروش سهام محدود به هواداران محلی	E۲، E۴، E۸، E۱۴، E۱۹	۵
حامیان مالی و حمایت مالی	انواع حمایت مالی	پرداخت نقدی برای تأمین هزینه‌های مسابقات	E۶، E۱۰، E۱۳	۳
		ارائه تجهیزات ورزشی (لباس و توپ)	E۱، E۹، E۱۶، E۱۸	۴
		خدمات تخصصی (حمل‌ونقل یا طراحی گرافیک)	E۳، E۷، E۱۲، E۲۰	۴

	انگیزه‌های حامیان	افزایش فروش محصولات از طریق تبلیغات	E۴، E۱۱، E۱۵	۳
		ارتقای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها	E۲، E۵، E۱۴، E۱۷	۴
		تقویت ارتباط با جامعه محلی	E۱، E۸، E۱۹	۳
	قراردادهای حمایت مالی	توافقنامه‌های کوتاه‌مدت برای رویدادهای خاص	E۶، E۱۰، E۱۳، E۱۸	۴
		قراردادهای بلندمدت برای برنامه‌های ورزشی	E۷، E۹، E۱۲، E۱۶	۴
		بسته‌های ترکیبی نقدی و غیرنقدی	E۱، E۳، E۱۲، E۱۵، E۲۰	۵
استراتژی‌های بازاریابی ورزشی	تبلیغات و روابط عمومی	تبلیغات هدفمند در شبکه‌های اجتماعی	E۴، E۱۱، E۱۷	۳
		انتشار اخبار رویدادها در رسانه‌های محلی	E۲، E۵، E۱۴، E۱۹	۴
		برگزاری کنفرانس‌های مطبوعاتی	E۶، E۸، E۱۳	۳
	برندسازی ورزشی	طراحی لوگو و هویت بصری برای تیم‌های دانش‌آموزی	E۱، E۱۰، E۱۶، E۱۸	۴
		ایجاد شعارهای ورزشی جذاب	E۷، E۹، E۱۲	۳
		توسعه برند منطقه‌ای برای ورزش دانش‌آموزی	E۳، E۴، E۱۱، E۱۵، E۲۰	۵
	تعامل با هواداران	برنامه‌های وفاداری برای تماشاگران	E۵، E۱۴، E۱۷	۳
		فروش محصولات جانبی (تیشرت تیم‌ها)	E۲، E۸، E۱۳، E۱۹	۴
		ایجاد تجربه‌های تعاملی در رویدادها	E۶، E۱۰، E۱۸	۳

چالش‌ها و موانع مالی	محدودیت‌های بودجه‌ای	کاهش سرانه ورزشی در بودجه آموزش و پرورش	E۱، E۷، E۹، E۱۶	۴
		افزایش هزینه‌های تجهیزات به دلیل تورم	E۳، E۱۲، E۲۰	۳
		عدم تخصیص بودجه برای تعمیر و نگهداری	E۴، E۱۱، E۱۵، E۱۷	۴
	عدم آگاهی حامیان	ناآشنایی شرکت‌ها با پتانسیل‌های تبلیغاتی	E۲، E۵، E۱۴	۳
		کمبود اطلاعات در مورد حمایت مالی	E۶، E۸، E۱۳، E۱۹	۴
		نبود پلتفرم‌های ارتباطی با حامیان	E۱، E۱۰، E۱۸	۳
	موانع زیرساختی	کمبود سالن‌های ورزشی استاندارد	E۷، E۹، E۱۲، E۱۶	۴
		تجهیزات فرسوده در مدارس	E۳، E۱۵، E۲۰	۳
		فقدان فضاهای مناسب برای رویدادهای بزرگ	E۴، E۵، E۱۱، E۱۷	۴
همکاری‌های بین‌سازمانی	مشارکت عمومی-خصوصی	قراردادهای مشارکتی برای ساخت امکانات	E۲، E۱۴، E۱۹	۳
		پروژه‌های مشترک با شهرداری‌ها	E۶، E۸، E۱۰، E۱۳	۴
		برنامه‌های مشترک با سازمان‌های خیریه	E۱، E۱۶، E۱۸	۳
	شبکه‌سازی با حامیان	تشکیل جلسات منظم با شرکت‌های محلی	E۳، E۷، E۹، E۱۲	۴
		ایجاد پایگاه داده حامیان بالقوه	E۴، E۱۵، E۲۰	۳
		توسعه شبکه‌های حرفه‌ای در صنعت ورزش	E۵، E۱۱، E۱۴، E۱۷	۴

	استفاده از ظرفیت‌های محلی	برگزاری رویدادها در مناطق گردشگری	E۲، E۸، E۱۹	۳
		همکاری با مربیان محلی برای استعدادیابی	E۶، E۱۰، E۱۳، E۱۸	۴
		استفاده از فرهنگ ورزشی بومی در تبلیغات	E۱، E۹، E۱۶	۳
ظرفیت‌های محلی و منطقه‌ای	پتانسیل‌های گردشگری ورزشی	برگزاری مسابقات ساحلی در سواحل خزر	E۳، E۷، E۱۲، E۲۰	۴
		تورهای ورزشی برای گردشگران	E۴، E۱۱، E۱۵	۳
		تبلیغات رویدادها در جاذبه‌های توریستی	E۲، E۵، E۱۴، E۱۷	۴
	نیروی انسانی و استعدادهای ورزشی	شناسایی استعدادهای ورزشی در مدارس روستایی	E۸، E۱۳، E۱۹	۳
		آموزش مربیان محلی برای توسعه برنامه‌ها	E۱، E۶، E۱۰، E۱۸	۴
		ایجاد آکادمی‌های ورزشی منطقه‌ای	E۷، E۹، E۱۶	۳
	فرهنگ و علاقه‌مندی محلی به ورزش	ترویج ورزش‌های سنتی (کشتی گیله‌مردی)	E۳، E۱۲، E۱۵، E۲۰	۴
		برگزاری جشنواره‌های ورزشی محلی	E۴، E۱۱، E۱۷	۳
		تقویت حس افتخار محلی به موفقیت‌های ورزشی	E۲، E۵، E۱۴، E۱۹	۴

چارچوب مفهومی اولیه مدل جامع روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی در مسابقات و بازاریابی ورزشی در آموزش و پرورش استان گیلان که از خروجی نرم‌افزار **MAXQDA** استخراج شده، در شکل ۱ ارائه شده است.



شکل (۱). چارچوب مفهومی اولیه مدل پژوهش (خروجی نرم‌افزار MAXQDA)

برای ارزیابی پایایی فرآیند کدگذاری، از روش توافق بین دو کدگذار استفاده شد. نتایج نشان داد که پایایی کلی بین دو کدگذار برابر با ۸۳.۳ درصد است که در سطح قابل قبول قرار دارد. جزئیات این ارزیابی در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول (۳). پایایی مصاحبه‌ها به روش بازآزمایی

شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	درصد پایایی
۲	۲۳	۱۹	۴	٪۸۲.۶
۸	۲۰	۱۷	۳	٪۸۵.۰
۱۳	۲۲	۱۹	۳	٪۸۶.۴
۱۷	۲۵	۲۰	۵	٪۸۰.۰
کل	۹۰	۷۵	۱۵	٪۸۳.۳

۶-۲. یافته‌های بخش کمی

پیش از گزارش شاخص‌های اعتبارسنجی و برازش، یادآوری این نکته ضروری است که سازه روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی در این پژوهش به‌عنوان یک سازه مرتبه‌بالاتر (مرتبه دوم) در نظر گرفته شده که ابعاد شش‌گانه مدل از طریق آن به یکدیگر و به سازه محوری پیوند می‌خورند. با توجه به قرابت مفهومی سازه‌های روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی و

حمایت مالی، روایی واگرای این دو سازه به‌طور ویژه در تحلیل روایی واگرا (جدول ۷) بررسی شده است.

در مرحله اول بخش کمی، ۵۴ زیرشاخه استخراج‌شده از فاز کیفی در اختیار ۱۲ نفر از خبرگان قرار گرفت تا از طریق شاخص‌های نسبت روایی محتوا (**CVR**) و شاخص روایی محتوا (**CVI**) اعتبارسنجی شوند. بر اساس جدول استاندارد لاوشه، برای پنل ۱۲ نفره، حداقل مقدار قابل قبول برای **CVR** برابر با ۰.۵۶ و برای **CVI** برابر با ۰.۷۹ تعیین شد. نتایج اعتبارسنجی نشان داد که تمامی ۵۴ زیرشاخه تأیید شدند. میانگین **CVR** کدهای تأییدشده ۰.۸۵ و میانگین **CVI** آنها ۰.۹۳ بود که نشان‌دهنده سطح بالای توافق خبرگان درباره اهمیت و مرتبط بودن کدهاست. نتایج کامل اعتبارسنجی به همراه بارهای عاملی هر زیرشاخه در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول (٤). مقادیرCVR ، CVI مضامین مدل

مضمون اصلی	مضمون فرعی	میانگین CVR	میانگین CVI	نتیجه
روش‌های جذب منابع مالی	منابع مالی دولتی	۰.۸۹	۰.۹۵	پذیرفته شد
	منابع مالی خصوصی	۰.۸۹	۰.۹۵	پذیرفته شد
	منابع مالی مردمی	۰.۸۹	۰.۹۴	پذیرفته شد
حامیان مالی و حمایت مالی	انواع حمایت مالی	۰.۸۳	۰.۹۲	پذیرفته شد
	انگیزه‌های حامیان	۰.۷۲	۰.۸۶	پذیرفته شد
	قراردادهای حمایت مالی	۰.۸۹	۰.۹۵	پذیرفته شد
استراتژی‌های بازاریابی ورزشی	تبلیغات و روابط عمومی	۰.۷۲	۰.۸۶	پذیرفته شد
	برندسازی ورزشی	۰.۷۲	۰.۸۶	پذیرفته شد

	تعامل با هواداران	۰.۹۴	۰.۹۷	پذیرفته شد
چالش‌ها و موانع مالی	محدودیت‌های بودجه‌ای	۱.۰۰	۱.۰۰	پذیرفته شد
	عدم آگاهی حامیان	۱.۰۰	۱.۰۰	پذیرفته شد
	موانع زیرساختی	۰.۹۴	۰.۹۷	پذیرفته شد
همکاری‌های بین‌سازمانی	مشارکت عمومی-خصوصی	۰.۸۹	۰.۹۲	پذیرفته شد
	شبکه‌سازی با حامیان	۰.۸۹	۰.۹۲	پذیرفته شد
	استفاده از ظرفیت‌های محلی	۰.۹۴	۰.۹۷	پذیرفته شد
ظرفیت‌های محلی و منطقه‌ای	پتانسیل‌های گردشگری ورزشی	۰.۸۹	۰.۹۲	پذیرفته شد
	نیروی انسانی و استعدادهای ورزشی	۰.۷۸	۰.۸۹	پذیرفته شد
	فرهنگ و علاقه‌مندی محلی به ورزش	۰.۸۳	۰.۹۲	پذیرفته شد
میانگین کل		**۰.۸۵**	**۰.۹۳**	

در بخش کمی، داده‌ها از ۳۷۱ نفر از مدیران، مربیان، معلمان تربیت بدنی و حامیان مالی فعال در ورزش دانش‌آموزی استان گیلان گردآوری شد. توزیع ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه در جدول (۵) ارائه شده است.

جدول (۵). ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه کمی

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۲۳۴	٪۶۳.۱
	زن	۱۳۷	٪۳۶.۹
سن	۲۵-۳۵ سال	۸۹	٪۲۴.۰
	۳۶-۴۵ سال	۱۵۶	٪۴۲.۰
	۴۶-۵۵ سال	۱۰۱	٪۲۷.۲
	بالای ۵۵ سال	۲۵	٪۶.۸
تحصیلات	کارشناسی	۱۱۲	٪۳۰.۲
	کارشناسی ارشد	۲۰۹	٪۵۶.۳
	دکتری	۵۰	٪۱۳.۵
سابقه کار	کمتر از ۸ سال	۹۸	٪۲۶.۴
	۸-۱۵ سال	۱۶۳	٪۴۳.۹
	۱۶-۲۵ سال	۸۸	٪۲۳.۷
	بیش از ۲۵ سال	۲۲	٪۶.۰
جایگاه شغلی	کارشناس/معلم/مربی	۲۰۴	٪۵۵.۰
	مدیر میانی/عملیاتی	۱۱۳	٪۳۰.۵
	مدیر ارشد	۵۴	٪۱۴.۵
نوع سازمان/نقش	آموزش و پرورش (مدیران و معلمان)	۱۴۸	٪۳۹.۹
	مربیان و برگزارکنندگان مسابقات	۱۱۱	٪۲۹.۹
	هیئت‌های ورزشی	۷۷	٪۲۰.۸
	حامیان مالی	۳۵	٪۹.۴

بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نشان داد که بیشترین سهم از نظر سنی مربوط به گروه ۳۶ تا ۴۵ سال (۴۲.۰ درصد) است. از نظر تحصیلی، نزدیک به ۷۰ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر بودند و بیش از ۷۳ درصد مشارکت‌کنندگان بیش از ۸ سال سابقه کار در حوزه ورزش و آموزش و پرورش داشتند که بر اعتبار داده‌های گردآوری‌شده می‌افزاید.

نتایج ارزیابی پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری در جدول (۶) ارائه شده است. مقادیر آلفای

کرونباخ برای تمامی سازه‌ها بالاتر از آستانه ۰.۷۰ قرار دارند. پایایی ترکیبی **(CR)** نیز برای همه سازه‌ها از ۰.۷۰ بیشتر است که پایایی مطلوب مدل را تأیید می‌کند. میانگین واریانس استخراج‌شده **(AVE)** برای تمامی سازه‌ها بالاتر از آستانه ۰.۵۰ است که روایی همگرای مناسب مدل را نشان می‌دهد.

جدول (٦). ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

متغیر	آلفای کرونباخ (۰.۷<)	پایایی ترکیبی (۰.۷<)	AVE (۰.۵<)
استراتژی‌های بازاریابی ورزشی	۰.۷۱۰	۰.۸۳۵	۰.۶۲۸
حامیان مالی و حمایت مالی	۰.۸۵۱	۰.۹۱۰	۰.۷۷۱
روش‌های جذب منابع مالی	۰.۸۱۵	۰.۸۹۰	۰.۷۳۰
روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی	۰.۷۰۸	۰.۹۳۵	۰.۹۱۵
ظرفیت‌های محلی و منطقه‌ای	۰.۸۰۳	۰.۸۸۴	۰.۷۱۸
همکاری‌های بین‌سازمانی	۰.۸۱۴	۰.۸۹۰	۰.۷۳۰
چالش‌ها و موانع مالی	۰.۷۶۸	۰.۸۶۶	۰.۶۸۳

برای بررسی روایی واگرا از معیار فورنل-لارکر استفاده شد. مطابق با جدول ۷، مقادیر قطر اصلی (جذر **AVE**) تمامی سازه‌ها از مقدار همبستگی آنها با سایر سازه‌ها بیشتر است که روایی واگرای مناسب و برازش مطلوب مدل اندازه‌گیری را تأیید می‌کند.

جدول (۷). ماتریس فورنل-لارکر جهت بررسی روایی واگرا

	۱	۲	۳	٤	٥	٦	۷
استراتژی‌های بازاریابی ورزشی	**۰.۷۹۳**						
حامیان مالی و حمایت مالی	۰.۴۹۵	**۰.۸۷۸**					
روش‌های جذب منابع مالی	۰.۵۹۰	۰.۶۰۰	**۰.۸٥٤**				
روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی	۰.۷۰۸	۰.۸۳۶	۰.۷۸۰	**۰.۸٤۱**			
ظرفیت‌های محلی و منطقه‌ای	۰.۵۴۵	۰.۷۴۷	۰.۶۰۷	۰.۸۲۸	**۰.۸٤۷**		
همکاری‌های بین‌سازمانی	۰.۴۷۶	۰.۷۷۹	۰.۵۴۳	۰.۸۲۸	۰.۸۳۵	**۰.۸٥٥**	
چالش‌ها و موانع مالی	۰.۵۷۵	۰.۸۲۰	۰.۶۵۶	۰.۸۰۱	۰.۷۴۳	۰.۷۳۵	**۰.۸۲٦**

اعداد قطر اصلی (پررنگ) = جذر ***AVE*** *هر سازه*

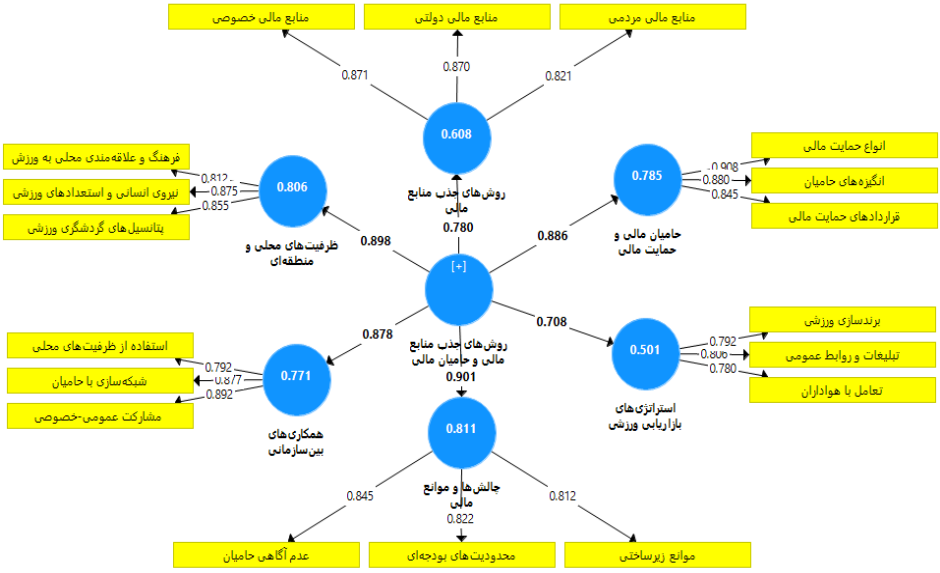
جدول (۸). ماتریس نسبت ناهمگون–همگون (HTMT) برای بررسی روایی واگرا

سازه‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱. استراتژی‌های بازاریابی ورزشی	—						
۲. حامیان مالی و حمایت مالی	۰.۶۱۲	—					
۳. روش‌های جذب منابع مالی	۰.۷۲۱	۰.۸۴۱	—				
۴. روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی	۰.۷۶۲	۰.۸۶۶	۰.۸۴۲	—			
۵. ظرفیت‌های محلی و منطقه‌ای	۰.۵۳۸	۰.۷۸۱	۰.۶۵۳	۰.۸۹۲	—		
۶. همکاری‌های بین‌سازمانی	۰.۴۶۹	۰.۸۰۳	۰.۵۷۶	۰.۸۷۱	۰.۷۴۸	—	
۷. چالش‌ها و موانع مالی	۰.۵۱۴	۰.۶۸۴	۰.۶۹۷	۰.۸۲۹	۰.۶۹۱	۰.۷۶۳	—

به‌منظور ارزیابی دقیق‌تر روایی واگرا و تکمیل نتایج حاصل از معیار فورنل–لارکر، از معیار نسبت ناهمگون–همگون همبستگی‌ها (**HTMT**) نیز استفاده شد. این معیار به‌ویژه در شرایطی

که برخی سازه‌های مدل از قرابت مفهومی برخوردار باشند، می‌تواند شواهد دقیق‌تری درباره میزان تمایز تجربی سازه‌ها فراهم کند. نتایج ارائه‌شده در جدول (۸) نشان می‌دهد که تمامی مقادیر **HTMT** کمتر از آستانه ۰.۹۰ هستند. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که سازه‌های مدل، با وجود ارتباط نظری و تجربی با یکدیگر، از تمایز کافی برخوردار بوده و روایی واگرای مدل اندازه‌گیری تأیید می‌شود.

نتایج آزمون مدل ساختاری از طریق محاسبه ضرایب مسیر، آماره تی و سطح معناداری در جدول ۸ ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، مقدار آماره تی برای تمامی مسیرهای مدل خارج از دامنه [۱.۹۶-، ۱.۹۶] قرار دارد و سطح معناداری تمامی مسیرها کمتر از ۰.۰۰۱ است که نشان‌دهنده معناداری آماری تمامی روابط مدل است. تصویر مدل نهایی با ضرایب مسیر و ضرایب معناداری تی به ترتیب در شکل (۲) ارائه شده است.



شکل (۲). مدل ساختاری نهایی پژوهش

جدول (۹). مقدار آماره تی، ضریب مسیر و انحراف استاندارد

مسیر	ضریب مسیر	انحراف استاندارد	آماره تی	سطح معناداری
روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی ← استراتژی‌های بازاریابی ورزشی	۰.۷۰۸	۰.۰۲۹	۲۴.۶۵۸	۰.۰۰۰۱
روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی ← حامیان مالی و حمایت مالی	۰.۸۸۶	۰.۰۱۱	۷۸.۵۴۸	۰.۰۰۰۱
روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی ← روش‌های جذب منابع مالی	۰.۷۸۰	۰.۰۲۳	۳۴.۳۱۵	۰.۰۰۰۱
روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی ← ظرفیت‌های محلی و منطقه‌ای	۰.۸۹۸	۰.۰۰۹	۱۰۳.۸۸۷	۰.۰۰۰۱
روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی ← همکاری‌های بین‌سازمانی	۰.۸۷۸	۰.۰۱۴	۶۱.۲۲۲	۰.۰۰۰۱
روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی ← چالش‌ها و موانع مالی	۰.۹۰۱	۰.۰۱۱	۸۴.۸۵۲	۰.۰۰۰۱

بررسی ضرایب مسیر نشان می‌دهد که بیشترین ضریب مسیر مربوط به بُعد ظرفیت‌های محلی و منطقه‌ای (۰.۸۹۸) و کمترین آن مربوط به بُعد استراتژی‌های بازاریابی ورزشی (۰.۷۰۸) است. این یافته نشان می‌دهد که ظرفیت‌های بومی و منطقه‌ای استان گیلان از جمله پتانسیل‌های گردشگری ورزشی، نیروی انسانی مستعد و فرهنگ ورزشی محلی، در مقایسه با سایر ابعاد، بیشترین ارتباط را با سازه محوری مدل دارند.

جدول (۱۰). مقادیر آماره استون-گیسر

متغیر	SSO	SSE	Q²	وضعیت
استراتژی‌های بازاریابی ورزشی	۱,۱۱۳.۰۰۰	۵۸۸.۷۹۸	۰.۴۷۱	تناسب پیش‌بین قوی
حامیان مالی و حمایت مالی	۱,۱۱۳.۰۰۰	۴۶۸.۵۴۳	۰.۵۷۹	تناسب پیش‌بین قوی
روش‌های جذب منابع مالی	۱,۱۱۳.۰۰۰	۶۴۲.۵۴۵	۰.۴۲۳	تناسب پیش‌بین قوی
ظرفیت‌های محلی و منطقه‌ای	۱,۱۱۳.۰۰۰	۴۹۵.۵۵۸	۰.۵۵۵	تناسب پیش‌بین قوی
همکاری‌های بین‌سازمانی	۱,۱۱۳.۰۰۰	۵۱۹.۲۴۵	۰.۵۳۳	تناسب پیش‌بین قوی
چالش‌ها و موانع مالی	۱,۱۱۳.۰۰۰	۵۲۴.۲۷۳	۰.۵۲۹	تناسب پیش‌بین قوی

برای ارزیابی قدرت پیش‌بینی مدل، از آماره استون-گیسر **(Q^2)** استفاده شد. نتایج این ارزیابی در جدول (۱۰) ارائه شده است. تمامی مقادیر **Q^2** بالاتر از آستانه ۰.۳۵ قرار دارند که بر اساس معیار هنسلر و همکاران (۲۰۰۹)، نشان‌دهنده قدرت پیش‌بین قوی مدل برای همه سازه‌های درون‌زا است.

برای ارزیابی برازش کلی مدل از معیار **GOF** استفاده شد. با توجه به میانگین مقادیر اشتراکی (۰.۷۱۰) و میانگین **(R^2)** (۰.۷۱۴)، مقدار **GOF** به صورت زیر محاسبه گردید:

$$GOF = \sqrt{(۰.۷۱۰ \times ۰.۷۱۴)} = ۰.۷۱۲$$

با توجه به آستانه‌های ۰.۰۱، ۰.۲۵ و ۰.۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای **GOF**، حصول مقدار ۰.۷۱۲ نشان‌دهنده برازش کلی قوی مدل در پژوهش حاضر است. در مجموع، یافته‌های بخش کمی تأیید می‌کنند که مدل شش‌بعدی جذب منابع مالی و حامیان مالی در مسابقات و بازاریابی ورزشی در آموزش و پرورش استان گیلان، از روایی و پایایی مناسبی برخوردار بوده و برازش قوی آن در جامعه هدف به اثبات رسیده است.

۷. بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان داد جذب منابع مالی و حامیان مالی در ورزش دانش‌آموزی استان گیلان پدیده‌ای چندبعدی است که در قالب شش بُعد اصلی، با روابط معنادار آماری میان هر بُعد و سازه محوری مدل، قابل تبیین است. پیش از تفسیر یافته‌ها، ذکر این نکته روش‌شناختی ضروری است: با توجه به ماهیت مقطعی داده‌ها و رویکرد حداقل مربعات جزئی، ضرایب مسیر

گزارش‌شده شدت و جهت رابطه آماری میان سازه‌ها را نشان می‌دهند و شواهد کافی برای استنباط قطعی رابطه علّی میان آنها فراهم نمی‌کنند؛ به‌ویژه آنکه سازه محوری مدل (روش‌های جذب منابع مالی و حامیان مالی) از نظر مفهومی بیشتر بازتاب‌دهنده یک سازه مرتبه‌بالاتر متشکل از ابعاد شش‌گانه است تا متغیری مستقل که اثری علّی بر آنها اعمال می‌کند. بر این اساس، تفسیرهای زیر در چارچوب روابط تبیینی و همبستگی ارائه می‌شوند، نه رابطه علّی قطعی.

بالاترین ضریب مسیر در مدل به بُعد ظرفیت‌های محلی و منطقه‌ای (۰.۸۹۸) تعلق داشت. این یافته را می‌توان با نظریه منبع‌محور تبیین کرد: از این منظر، ظرفیت‌های جغرافیایی و فرهنگی منحصربه‌فرد یک منطقه، نظیر سواحل دریای خزر، گردشگری ورزشی و فرهنگ ورزش‌های بومی مانند کشتی گیله‌مردی، می‌تواند به‌عنوان منبعی نادر و کم‌تقلید عمل کند که مزیت رقابتی متمایزی نسبت به استان‌های فاقد چنین ظرفیت‌هایی ایجاد می‌کند. این یافته با تأکید توث و ماترای (۲۰۲۳) بر لزوم توجه به ظرفیت‌های بومی در نظام تأمین مالی ورزش هم‌راستا است؛ با این حال، تفاوت بستری قابل‌توجهی نیز وجود دارد: آن پژوهش در نظام تأمین مالی متمرکز و ملی مجارستان انجام شده بود، حال آنکه یافته حاضر در بستری غیرمتمرکز و محلی به دست آمده است. این تفاوت بستری نشان می‌دهد اهمیت ظرفیت‌های بومی می‌تواند الگویی نسبتاً پایدار در سطوح مختلف تمرکز نظام تأمین مالی باشد، اگرچه داده‌های این پژوهش امکان آزمون مستقیم این تبیین نظری را فراهم نمی‌کند و این تفسیر جنبه‌ای پیشنهادی برای پژوهش‌های آتی دارد.

بُعد چالش‌ها و موانع مالی با ضریب مسیر ۰.۹۰۱ و بالاترین توافق خبرگان (**CVR=۱.۰۰**) یکی از قوی‌ترین پیش‌بین‌های سازه محوری مدل بود. این یافته را می‌توان نه صرفاً نشانه اهمیت مثبت این بُعد، بلکه بازتاب جایگاه مانع‌محور آن در مدل دانست: کاهش سرانه بودجه، تورم هزینه تجهیزات و کمبود زیرساخت استاندارد، به گفته مشارکت‌کنندگان، عملاً سایر ابعاد (نظیر جذب حامی مالی و بازاریابی) را به‌عنوان راهکارهای جبرانی برجسته می‌کنند. این یافته با نتایج پاکدالن و همکاران (۱۴۰۰) و صبا و همکاران (۲۰۲۱) درباره محدودیت منابع مالی و مادی هم‌راستا است؛ با این تفاوت که آن پژوهش‌ها عمدتاً موانع را به‌صورت توصیفی فهرست کرده‌اند، در حالی که پژوهش حاضر این موانع را در قالب سازه‌ای قابل‌سنجش و در پیوند ساختاری با سایر

ابعاد قرار داده است.

بُعد همکاری‌های بین‌سازمانی با ضریب مسیر ۰.۸۷۸ از اهمیت بالایی برخوردار بود. این یافته با پژوهش حسینی و همکاران (۱۴۰۰) که بر مشارکت بیشتر بخش خصوصی در المپیادهای ورزشی دانش‌آموزی تأکید کرد، و با یافته‌های واحدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۹) درباره نقش محوری حامیان مالی در فدراسیون‌های ورزشی همخوانی دارد؛ با این تفاوت که آن پژوهش‌ها با رویکرد کیفی صرف انجام شده بودند و امکان سنجش کمّی شدت این پیوند را فراهم نمی‌کردند، در حالی که پژوهش حاضر با افزودن این بُعد در قالب سازه‌ای مستقل و آزمون‌شده، گامی فراتر از مطالعات پیشین برمی‌دارد.

بُعد حامیان مالی با ضریب مسیر ۰.۸۸۶ جایگاه مهمی در مدل داشت. یافته‌های کیفی نشان داد شرکت‌های محلی هنوز با پتانسیل‌های تبلیغاتی ورزش دانش‌آموزی، از دیدگاه مشارکت‌کنندگان، به‌اندازه کافی آشنا نیستند و نبود پلتفرم‌های ارتباطی کارآمد می‌تواند شکافی میان آموزش و پرورش و بخش خصوصی ایجاد کند. این یافته با نتایج کامیاب و همکاران (۱۴۰۲) درباره اهمیت فعالیت‌های تجاری و اسپانسرشیپ همسو است، اگرچه بستر آن پژوهش (باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای تحت تحریم اقتصادی) با بستر ورزش دانش‌آموزی متفاوت است؛ این تفاوت بستری می‌تواند نشان دهد که در سطح مدرسه، ناآشنایی با فرصت‌های تبلیغاتی مانعی مستقل از فشارهای تحریمی است، در حالی که در ورزش حرفه‌ای این عامل بیشتر متأثر از محدودیت‌های اقتصاد کلان است؛ آزمون مستقیم این تمایز نیازمند پژوهش‌های تطبیقی مجزاست.

استراتژی‌های بازاریابی ورزشی با ضریب مسیر ۰.۷۰۸ کمترین اثر را در مدل نشان داد، هرچند این رقم همچنان از سطح معناداری بالایی برخوردار است. این یافته با پژوهش معادی و همکاران (۱۴۰۲) و کمالوند و افشاری (۱۴۰۰) که به توسعه‌نیافتگی نسبی بازاریابی در ورزش دانش‌آموزی اشاره کرده‌اند، هم‌راستا است. تبیین محتمل برای این یافته آن است که، بر خلاف باشگاه‌های ورزشی حرفه‌ای که واحدهای تخصصی بازاریابی دارند، ساختار اداری آموزش و پرورش فاقد نیروی انسانی متخصص در بازاریابی دیجیتال و برندسازی است؛ این تبیین برخاسته از داده‌های کیفی پژوهش است و آزمون مستقل آن در پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود.

۷-۱. پیشنهادهای کاربردی

بر پایه مضامین شناسایی‌شده در فاز کیفی و یافته‌های فاز کمی، و با این پیش‌فرض که این پیشنهادها بیشتر برخاسته از تفسیر پژوهشگران از یافته‌ها هستند تا نتیجه‌ای مستقیم و آزمون‌شده آماری، چند خط کاربردی کلی برای مدیران آموزشی و ورزشی و سیاست‌گذاران قابل طرح است. در سطح اجرایی، تشکیل واحدی تخصصی برای جذب حامی مالی در اداره کل آموزش و پرورش استان، همراه با ایجاد پایگاه داده‌ای از حامیان بالقوه و طراحی بسته‌های حمایتی چندسطحی متناسب با توان مالی کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ، می‌تواند گامی عملی در جهت نهادینه‌سازی جذب حامیان مالی باشد.

در سطح بهره‌گیری از ظرفیت‌های محلی، ایده‌هایی مانند برگزاری رویدادهای ورزشی ساحلی یا برنامه‌های مرتبط با ورزش‌های بومی نظیر کشتی گیله‌مردی، از سوی مشارکت‌کنندگان مطرح شده و می‌تواند در تدوین برنامه‌های آزمایشی مورد توجه قرار گیرد؛ با این حال، اجرای مواردی که با ساختار اداری و قانونی آموزش و پرورش پیوند مستقیم دارند، نظیر فروش بلیت، فروش سهام هواداران یا معافیت‌های مالیاتی، نیازمند بررسی حقوقی و اجرایی مجزا و فراتر از یافته‌های این پژوهش است. در سطح سیاستی نیز، توجه به اصلاح مقررات مربوط به مشوق‌های مالیاتی حمایت از ورزش مدارس و تدوین آیین‌نامه‌ای شفاف برای قراردادهای اسپانسرشیپ در مدارس دولتی می‌تواند به کاهش ابهامات اداری موجود کمک کند؛ اما لازم به تأکید است که این پیشنهادها بیشتر برگرفته از تجربه مشارکت‌کنندگان و تحلیل کیفی پژوهش هستند تا نتیجه‌گیری مستقیم از تحلیل کمی مدل.

در مجموع، این پژوهش با ارائه مدلی شش‌بعدی و آزمون‌شده آماری، تصویری از پیوند میان روش‌های جذب منابع مالی، حامیان مالی، بازاریابی ورزشی، چالش‌های مالی، همکاری‌های بین‌سازمانی و ظرفیت‌های محلی در ورزش دانش‌آموزی استان گیلان ارائه می‌دهد. یافته‌ها نشان می‌دهد بهره‌گیری هم‌زمان از این ابعاد، به‌ویژه ظرفیت‌های بومی و همکاری‌های بین‌سازمانی، می‌تواند مکمل منابع دولتی محدود باشد؛ اما تعمیم این یافته به سایر بافت‌ها و اثبات قطعی برتری این رویکرد بر اتکای صرف به منابع دولتی، نیازمند پژوهش‌های تکمیلی با طرح‌های طولی و تطبیقی است..

۷-۲. محدودیت‌های پژوهش

این پژوهش تنها در استان گیلان اجرا شده است و تعمیم مستقیم یافته‌های آن به سایر استان‌ها، به‌ویژه استان‌های محروم‌تر یا دارای ویژگی‌های جغرافیایی متفاوت، باید با احتیاط انجام شود. داده‌ها در یک مقطع زمانی مشخص گردآوری شده‌اند و طرح مقطعی پژوهش امکان استنباط قطعی روابط علّی میان ابعاد مدل را فراهم نمی‌کند؛ از این رو تفسیرهای علّی ارائه‌شده در بخش بحث باید به‌عنوان تبیین‌های نظری احتمالی و نه نتیجه‌گیری آماری قطعی در نظر گرفته شوند. پرسشنامه محقق‌ساخته اگرچه از روایی و پایایی مطلوبی برخوردار است، اما به دلیل استفاده از مقیاس لیکرت، ممکن است ظرایف و پیچیدگی‌های رفتاری حامیان مالی را به‌طور کامل بازتاب ندهد. همچنین، برخی راهکارهای شناسایی‌شده در فاز کیفی، از جمله فروش سهام محدود به هواداران، فروش حق پخش رویدادها، تورهای ورزشی و فروش محصولات جانبی، بازتاب دیدگاه مشارکت‌کنندگان بوده و ارزیابی امکان‌پذیری حقوقی و اجرایی آنها در چارچوب مقررات آموزش و پرورش، در حدود این پژوهش قرار نداشته و باید در پژوهش‌های آتی مورد بررسی مستقل قرار گیرد.

۷-۳. پیشنهادات برای مطالعات آتی

پژوهش‌های تطبیقی میان‌استانی انجام شود تا مدل حاضر با شرایط سایر استان‌ها، به‌ویژه استان‌های دارای ظرفیت‌های طبیعی مشابه مانند مازندران و استان‌های کم‌برخوردار، مقایسه و ارزیابی گردد. پژوهش‌های طولی طراحی شود که تغییرات در الگوهای تأمین مالی ورزش دانش‌آموزی را در بازه‌های زمانی چندساله رصد کند تا پایداری مدل پیشنهادی در شرایط اقتصادی متغیر سنجیده شود و امکان استنباط علّی روابط مدل فراهم آید. تأثیر اجرای مدل پیشنهادی بر شاخص‌های عملکردی ورزش دانش‌آموزی (مانند نرخ مشارکت دانش‌آموزان، تعداد مسابقات و سطح استعدادیابی) از طریق پژوهش‌های ارزیابی‌محور بررسی شود. پژوهش‌های مقایسه‌ای بین‌المللی با کشورهای دارای ورزش دانش‌آموزی توسعه‌یافته در شرایط مشابه اقتصادی (نظیر ترکیه، مجارستان یا مالزی) نیز پیشنهاد می‌شود تا درس‌های قابل انتقال به بافت ایران شناسایی گردد.

۸. منابع:

زردشتیان، شیرین و الماسی، سمانه. (۱۴۰۳). شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های ورزش دانش‌آموزان دختر. **پژوهش در ورزش تربیتی**، ۱۲(۳۴)، ۴۱-۵۴.

شریفیان، اسماعیل و ملکی پور حرجندی، احسان. (۱۴۰۱). موانع اجرایی المپیاد های ورزشی درون مدارس. **مطالعات آموزشی و آموزشگاهی**، ۱۱(۴)، ۳۲۳-۲۹۳.

کامیاب، ساره؛ سلطان حسینی، محمد و رحیمی سرشبادرانی، قاسم. (۱۴۰۲). روش های تامین مالی باشگاه های ورزشی با رویکرد اقتصاد مقاومتی در شرایط تحریم. **مطالعات مدیریت ورزشی**، ۱۵(۷۹)، ۱۰۵-۱۲۴.

کمالوند، عباس و افشاری، مصطفی. (۱۴۰۰). تحلیل عوامل موثر بر توسعه بازاریابی در ورزش دانش‌آموزی. **پژوهش در ورزش تربیتی**، ۹(۲۲)، ۲۶۱-۳۰۴.

لطفی سدهی، داود؛ اسماعیل زاده قندهاری، محمدرضا؛ فهیم دوین، حسن و پیمانی زاد، حسین. (۱۴۰۳). استراتژی‌های پایدار برای رویدادهای ورزش دانش‌آموزی مبتنی بر منطق فازی. **مدیریت دانش در ورزش**، ۱(۴)، ۲۳-۳۹.

معادی، محسن، صفانیا، علیمحمد، فراهانی، ابوالفضل، قاسمی، حمید و درودیان، علی اصغر. (۱۴۰۲). ارائه الگوی ارتباطات یکپارچه بازاریابی در تربیت بدنی و ورزش وزارت آموزش و پرورش. **پژوهش در ورزش تربیتی**، ۱۲(۳۴)، ۱۷-۳۸.

واحدی زاده، مجید؛ آقایی، نجف و الهی، علیرضا. (۱۳۹۹). راهکارهای توسعهٔ منابع مالی و درآمدزایی فدراسیون‌های ورزشی ایران: یافته‌های یک مطالعهٔ کیفی. **پژوهش های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش**، ۱۲(۴)، ۱۵۳-۱۶۸.

Abdollahi Kermani, Mohammad Sadegh. (۲۰۲۳). An Examination of the Ministry of Education’s Credits in the ۲۰۲۳ National Budget Law. (۱۹۱۹۹). ***Monthly Expert Reports of the Islamic Consultative Assembly Research Center***, ۳۱(۵). [Link]. [In Persian].

Buser, M., Woratschek, H., & Schönberner, J. (۲۰۲۲). ‘Going the extra mile’in resource integration: evolving a concept of sport sponsorship as an engagement platform. ***European Sport Management Quarterly***, ۲۲(۴), ۵۴۸-۵۶۸. [https://doi.org/۱۰.۱۰۸۰/۱۶۱۸۴۷۴۲.۲۰۲۰.۱۸۲۰۰۶۱]

Cao, Y., & Matsuoka, H. (۲۰۲۵). Consumer engagement on social media in the sport context: a scoping review. ***Leisure Studies***, ۴۴(۳), ۴۹۵-۵۲۲. [https://doi.org/۱۰.۱۰۸۰/۰۲۶۱۴۳۶۷.۲۰۲۴.۲۳۲۴۸۱۹]

Cipriano, C., Depoyart, J., Hermoso, K., Tenebroso, L., Chao, D., & Jinyu, H. (۲۰۲۴). Sustainable Sports Leadership and Management for Schools: A Research on the Implementation of Sports Development Program. ***International Multidisciplinary Journal of Research for Innovation, Sustainability, and Excellence (IMJRISE)***, ۱(۲), ۱۷۰-۱۷۵. [https://doi.org/۱۰.۵۲۸۱/zenodo.۱۱۱۸۱۸۲۹].

Cook, D., Biscaia, R., Papadas, K., Simkin, L., & Carter, L. (۲۰۲۳). The creation of shared value in the major sport event ecosystem: understanding the role of sponsors and hosts. *European* ***Sport Management Quarterly***, ۲۳(۳), ۸۱۱-۸۳۲. [https://doi.org/۱۰.۱۰۸۰/۱۶۱۸۴۷۴۲.۲۰۲۱.۱۹۳۱۳۹۴]

Cousens, L., Babiak, K., & Bradish, C. L. (۲۰۰۶). Beyond sponsorship: Re-framing corporate-sport relationships. ***Sport management review***, ۹(۱), ۱-۲۳. [https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/S۱۴۴۱-۳۵۲۳(۰۶)۷۰۰۱۷-۱]

Eather, N., Wade, L., Pankowiak, A., & Eime, R. (۲۰۲۳). The impact of sports participation on mental health and social outcomes in adults: a systematic review and the 'Mental Health through Sport'conceptual model. ***Systematic reviews***, ۱۲(۱), ۱۰۲. [https://doi.org/۱۰.۱۱۸۶/s۱۳۶۴۳-۰۲۳-۰۲۲۶۴-۸].

Gadais, T., Decarpentrie, L., Charland, P., Arvisais, O., & Paquito, B. (۲۰۲۲). Health and Education through Sport for development and peace in extreme development contexts: cases studies from various developing countries. In ***International perspectives on sport for sustainable development*** (pp. ۹۵-۱۱۳). Cham: Springer International Publishing. [https://doi.org/۱۰.۱۰۰۷/۹۷۸-۳-۰۳۱-۰۶۹۳۶-۹_۵].

Grohs, R., Wieser, V. E., & Pristach, M. (۲۰۲۰). Value cocreation at sport events. ***European Sport Management Quarterly***, ۲۰(۱), ۶۹-۸۷.

[https://doi.org/۱۰.۱۰۸۰/۱۶۱۸۴۷۴۲.۲۰۱۹.۱۷۰۲۷۰۸]

Hoseyni, S.K., Kalateh Seyfari, Masoumeh., & Mirsafiyan, Hamidreza. (۲۰۲۱). Presenting the Paradigmatic Pattern of Financial Resources Development in Students Sports Olympiads. (e۲۷۷۱۰). ***Journal of Sociological and Managerial Analysis in sports***, ۲(۸), e۲۷۷۱۰ [Link]. [In Persian].

Kamalvand, A., & afshari, M. (۲۰۲۱). Analysis of effective factors on marketing development in student sport. ***Research on Educational Sport***, ۹(۲۲), ۲۶۱-۳۰۴. [https://doi.org/۱۰.۲۲۰۸۹/res.۲۰۱۹.۷۱۷۱.۱۶۳۷]. [In Persian].

Kamyab, S., Soltanhoseini, M., & Rahimi Sereshbaderani, G. (۲۰۲۳). Methods of financing sports clubs during international sports sanctions. ***Sport Management Studies***, ۱۵(۷۹), ۱۰۵-۱۲۴. [https://doi.org/۱۰.۲۲۰۸۹/smrj.۲۰۲۲.۱۱۱۲۵.۳۴۶۳]. [In Persian].

Koronios, K., Vrontis, D., & Thrassou, A. (۲۰۲۱). Strategic sport sponsorship management–A scale development and validation. ***Journal of business research***, ۱۳۰, ۲۹۵-۳۰۷. [https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.jbusres.۲۰۲۱.۰۳.۰۳۱]

Lesco, V., & Razmiret, V. (۲۰۲۴). The importance of sports activities in the formation of skills for an active and healthy lifestyle in young people. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov. Series IX:* ***Sciences of Human Kinetics***, ۴۷-۵۴. [https://doi.org/۱۰.۳۱۹۲۶/but.shk.۲۰۲۴.۱۷.۶۶.۲.۵].

Lotfi Sedehi, D., Esmaeilzadeh Ghandehari, M. R., Fahim Devin, H., & Peymanizad, H. (۲۰۲۴). Sustainable strategies for student sports events based on fuzzy logic. ***Knowledge Management in Sport***, ۱(۴), ۲۳-۳۹. [https://doi.org/۱۰.۳۰۴۹۵/kmsj.۲۰۲۳.۱۹۸۵۱۲۹.۱۱۰۶]. [In Persian].

Maadi, M., Safania, A. M., Farahani, A., Ghasemi, H., & Doroudian, A. A. (۲۰۲۵). The Pattern of Integrated Marketing Communications in Physical Education and Sports of the Ministry of Education. ***Research on Educational Sport***, ۱۲(۳۷), ۱۷-۳۸.

[https://doi.org/۱۰.۲۲۰۸۹/res.۲۰۲۴.۱۴۴۹۱.۲۴۰۳]. [In Persian].

McCarville, R. E., & Copeland, R. P. (۱۹۹۴). Understanding sport sponsorship through exchange theory. ***Journal of Sport Management***, ۸(۲), ۱۰۲-۱۱۴. [https://doi.org/۱۰.۱۱۲۳/jsm.۸.۲.۱۰۲]

Mori, K., Morgan, H., Parker, A., & Lindsey, I. (۲۰۲۵). Placing community at the heart of community sport development: introducing the community sport development framework (CSDF). ***Sport in Society***, ۲۸(۳), ۴۳۳-۴۵۱. [https://doi.org/۱۰.۱۰۸۰/۱۷۴۳۰۴۳۷.۲۰۲۴.۲۳۵۵۶۴۷]

Mwita, K., & Mwakasangula, E. (۲۰۱۹). The role of sports participation on graduate employability. ***Journal of Management Research and Analysis***, ۶(۴), ۵۹-۱۶۳. [https://doi.org/۱۰.۱۸۲۳۱/j.jmra.۲۰۱۹.۰۳۲].

Naraine, M. L., Bakhsh, J. T., & Wanless, L. (۲۰۲۲). The impact of sponsorship on social media engagement: A longitudinal examination of professional sport teams. ***Sport Marketing Quarterly***, ۳۱(۳), ۲۳۹-۲۵۲. [https://doi.org/۱۰.۳۲۷۳۱/SMQ.۳۱۳.۰۹۲۲.۰۶]

Obonyo, M. O. (۲۰۲۱). Strategic planning practices and performance of national sports federations in Kenya. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, ۱۰(۲), ۱-۱۷. [https://dx.doi.org/۱۰.۶۰۰۷/IJAREMS/v۱۰-i۲/۹۱۸۱]

Olkkonen, R. (۲۰۰۱). Case study: The network approach to international sport sponsorship arrangement. ***Journal of Business & Industrial Marketing***, ۱۶(۴), ۳۰۹-۳۲۹. [https://doi.org/۱۰.۱۱۰۸/EUM۰۰۰۰۰۰۰۰۵۵۰۳]

O'Reilly, N., & Madill, J. (۲۰۱۲). The development of a process for evaluating marketing sponsorships. ***Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration***, ۲۹(۱), ۵۰-۶۶. [https://doi.org/۱۰.۱۰۰۲/cjas.۱۹۴]

Pakdelan, S., Khatibi, A., & Mehdipour, A. (۲۰۲۱). Strategies for developing financial resources of student sports. ***Research on Educational Sport***, ۹(۲۲), ۱۶۳-۱۸۶. [https://doi.org/۱۰.۲۲۰۸۹/res.۲۰۱۹.۷۵۴۸.۱۶۹۵]. [In Persian].

Rocliffe, P., O'Keeffe, B. T., Sherwin, I., Mannix-McNamara, P., & MacDonncha, C. (۲۰۲۳). School-based physical education, physical activity and sports provision: A concept mapping framework for evaluation. ***Plos one***, ۱۸(۶), e۰۲۸۷۵۰۵. [https://doi.org/۱۰.۱۳۷۱/journal.pone.۰۲۸۷۵۰۵].

Saba, M., Islam, Z. U., & Roman, S. (۲۰۲۱). The Relationship Between Resources and School Sports Program: A Case Study. ***Journal of Social Research Development***, ۲(۲), ۱۴۸-۱۵۹. [https://doi.org/۱۰.۵۳۰۶۴/jsrd.v۲i۲.۲۸].

Sam, M. P., Batty, R., & Dean, R. G. (۲۰۰۵). A transaction cost approach to sport sponsorship. ***Sport Management Review***, ۸(۱), ۱-۱۷. [https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/S۱۴۴۱-۳۵۲۳(۰۵)۷۰۰۳۰-۹]

Sharifian, E., & Malekipour Harjandi, E. (۲۰۲۲). Executive barriers to intra-school sports olympiads. ***Educational and School Studies***, ۱۱(۴), ۲۹۳-۳۲۳. [https://doi.org/۱۰.۲۲۰۳۴/studies.۲۰۲۳.۲۷۱۷]. [In Persian].

Siegfried, N. (۲۰۲۳). Relationship marketing: a strategy for acquiring long-term strategic sponsorships in the disability sport sector. ***Sport Management Review***, ۲۶(۴), ۵۴۰-۵۶۰. [https://doi.org/۱۰.۱۰۸۰/۱۴۴۱۳۵۲۳.۲۰۲۲.۲۱۴۰۸۸۶]

Tóth, N. Á., & Mátrai, G. (۲۰۲۳). The system of Hungarian sport financing, with special regard to public finance aspects. ***Public Finance Quarterly= Pénzügyi Szemle***, ۶۹(۲), ۸۱-۹۸. [https://doi.org/۱۰.۳۵۵۵۱/PFQ_۲۰۲۳_۲_۵].

Vahedizadeh, M., Aghaei, N., & Elahi, A. (۲۰۲۰). Strategies for developing financial resources and income generation of Iranian sports federations: Findings of a qualitative study. ***Physiology and Management Research in Sport***, ۱۲(۴), ۱۵۳-۱۶۸. [https://doi.org/۱۰.۲۲۰۵۸/JSRPM.۲۰۲۱.۱۳۹۶]. [In Persian].

Varmus, M., Kubina, M., Mičiak, M., Šarlák, M., & Greguška, I. (۲۰۲۳). Sustainable management of the public financial model for sports support in Slovakia. ***Sustainability***, ۱۵(۱۴), ۱۱۳۱۰.

[https://doi.org/۱۰.۳۳۹۰/su۱۵۱۴۱۱۳۱۰].

Westerbeek, H., Eime, R., & Owen, K. (۲۰۲۵). The costs of participation in and delivery of community sport in Australia—a narrative review. ***Frontiers in Sports and Active Living***, *۷*, ۱۶۴۱۵۲۷. [https://doi.org/۱۰.۳۳۸۹/fspor.۲۰۲۵.۱۶۴۱۵۲۷].

Zardoshtian, S., & Almasi, S. (۲۰۲۴). Identifying Opportunities and Challenges of Female Students' Sports. ***Research on Educational Sport***, ۱۲(۳۵), ۷۱-۱۰۰. [https://doi.org/۱۰.۲۲۰۸۹/res.۲۰۲۴.۱۶۱۶۲.۲۴۷۸]

Zhen, L. (۲۰۲۱). Linkage development of sports industry and mobile internet in the internet era. ***Journal of Intelligent and Fuzzy Systems***. [https://doi.org/۱۰.۳۲۳۳/JIFS-۲۱۹۱۰۳].

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ۵۷۹-۵۵۲
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

آسیب‌شناسی توسعه دیجیتال و زوال تکثر فرهنگی: واکاوی پادآرمان‌شهری سریال آینه سیاه در پرتو روان‌سیاست بیونگ‌چول هان

محمدمعین جباری[۱]
علیرضا صیاد[۲]

(تاریخ دریافت ۱۴۰۵/۳/۵ ـ تاریخ تصویب ۱۴۰۵/۴/۱)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
این مقاله با هدف بررسی پیامدهای فرهنگی و اجتماعی توسعه شتابان فناوری‌های دیجیتال، به واکاوی سریال *آینه سیاه* بر اساس منظومه فکری بیونگ‌چول هان می‌پردازد. پرسش اصلی پژوهش این است که چگونه «جامعه شفافیت» و منطقِ روان‌سیاسی نئولیبرالیسم، زیرساخت‌های توسعه فرهنگی اصیل را با چالش مواجه کرده و منجر به «طرد دیگری» شده‌اند. با تحلیل اپیزودهای برگزیده‌ای همچون «سقوط آزاد» و «تمام تاریخچه تو»، این نوشتار استدلال می‌کند

[۱]- دانش آموخته-کارشناسی ارشد –دانشکده سینما تئاتر-دانشگاه هنر ایران (نویسنده مسئول) Moj۱۳۷۰۰@gmail.com
[۲]- عضو هیات علمی استادیار- دانشکده سینما تئاتر- دانشگاه هنر ایران.

که فرآیند دیجیتالی‌شدن زندگی روزمره، منجر به ظهور «سوژه دستاورد» شده است؛ انسانی که در توهمی از آزادی، به خوداستثمارگری پرداخته و پیوندهای اجتماعی پایدار را فدای کارایی و رتبه‌بندی‌های کمی می‌سازد.
یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که توسعه فنی در غیابِ تاملات اخلاقی و فرهنگی، به «خشونت مثبت» منجر شده است؛ وضعیتی که در آن با از میان رفتن مرز میان حریم خصوصی و عمومی، «منفیت» و تفاوت‌های فرهنگی جای خود را به «زیبایی‌شناسی امر صاف» و یکسان‌سازی توده‌ای داده‌اند. در این چهارچوب، سریال *آینه سیاه* نه به عنوان یک اثر صرفاً علمی-تخیلی، بلکه به مثابه هشداری جامعه‌شناختی در خصوص بحرانِ «فرسودگی روانی» و زوال امر اجتماعی تحلیل می‌شود. مقاله در نهایت نتیجه می‌گیرد که توسعه فرهنگی پایدار در عصر دیجیتال، مستلزم بازنگری در مفهوم شفافیت و بازپس‌گیری حقِ پنهان‌ماندگی و رازآلودگی در برابر سیطره الگوریتم‌هاست تا امکان بازیابی تجربه‌های اصیل انسانی و پذیرش «دیگری» فراهم گردد.

کلیدواژه‌ها: توسعه فرهنگی، بیونگ‌چول هان، آینه سیاه، جامعه شفافیت، روان‌سیاست، سوژه دستاورد، توسعه اجتماعی.

۱. مقدمه

ما در برهه‌ای از تاریخ به سر می‌بریم که با منطقِ جدیدی از «انباشت سرمایه» تعریف می‌شود؛ منطقی که دیگر بر محور تولید کالاهای مادی نمی‌چرخد، بلکه از «تجربه‌ی زیسته‌ی انسان» به عنوان ماده‌ی خامِ خود بهره می‌برد.
همان‌طور که نیک سرنیسک در بررسی این تغییر و تحول اقتصادی بیان می‌کند: «سرمایه‌داریِ قرن بیست‌ویکم، ماده‌ی خامِ عظیم و جدیدی برای مصادره و تصاحب پیدا کرده است: داده‌ها.» در این میان، پلتفرم‌های دیجیتال به «مدل‌های تجاریِ اصلی برای استخراج و کنترلِ» این منبع جدید تبدیل شده‌اند (**Srnicek, ۲۰۱۷:۳۳**). شوشانا زوبوف ، این پارادایم را تحت عنوان «سرمایه‌داری نظارتی» تعریف می‌کند؛ یک نظم اقتصادی نوین که «تجربه‌ی انسانی را به‌عنوان ماده‌ی خامِ رایگان، برای تبدیل کردنِ آن به داده‌های رفتاری مصادره می‌کند» (**Zuboff,**

۲۰۱۹:۸). با این حال، همان طور که کیت کرافورد هشدار می دهد، این فرایند استخراج هرگز خنثی نیست. مجموعه داده ها در هوش مصنوعی «هرگز مواد خامی صرف برای تغذیه الگوریتم ها نیستند، بلکه ذاتا مداخلاتی سیاسی اند» (**Crawford, ۲۰۲۱:۱۹۸**).

این تحول نشان‌گرِ چرخشی محوری در سازوکارهای اِعمال قدرت است؛ گذاری از اجبار بیرونیِ مدل‌های صنعتیِ پیشین، به سوی معماریِ فراگیرتر و نامحسوس‌ترِ «اصلاح رفتار». این معماری‌های دیجیتال که نیروی محرکه‌ی خود را از «اقتصاد توجه» می‌گیرند، عامدانه «مجموعه-ی سوگیری‌های تصمیم‌گیری ما را مورد بهره‌کشی قرار می‌دهند» و با به‌کارگیری علوم رفتاری تلاش می‌کنند تا «دکمه‌های درست را در مغز ما فشار دهند» (**Williams, ۲۰۱۸: ۵۷**). از این رو، آنچه در این رقابت الگوریتمی در معرض خطر قرار دارد صرفا تمرکز ما نیست، بلکه «اراده انسانی» است (**Williams, ۲۰۱۸:۹**). در این واقعیت تازه، زندگی های دیجیتال ما دیگر حوزه ای جداگانه نیستند، بلکه همان زمینه ای هستند که اشکال جدید کنترل اجتماعی و روانی بر آن بنا می شوند. این گذار به خوبی انگاره ژیل دلوز درباره فاصله گرفتن از جوامع انضباطی محصور و حرکت به سوی «جوامع کنترل» را نشان می دهد؛ جایی که قدرت دیگر از طریق محصورسازی عمل نمی کند، بلکه به صورت «مدولاسیونی پیوسته، همانند قالبی خوددگرگون شونده که پیوسته از لحظه ای به لحظه دیگر تغییر می کند» عمل می کند (**Deleuze, ۱۹۹۲ :۴).**.

کمتر اثر فرهنگی ای توانسته است اضطراب های این عصر تازه را با چنین پیش بینی و تاثیر عاطفی نیرومندی بازنمایی کند که سریال آینه سیاه انجام داده است. این مجموعه به نوعی کوتاه نویسی فرهنگی برای هراس های فناورانه بدل شده است، اما اهمیت واقعی آن در کاوش این نکته نهفته است که چگونه این نظام های نوظهور، سوژه مندی ما را دگرگون می کنند؛ یعنی درک ما از خویشتن، روابط ما و عمیق ترین میل های درونی ما را. در حالی که برخی نقدها درباره عصر دیجیتال بر نظارت بیرونی تمرکز دارند، آینه سیاه بارها پدیده ای نگران کننده تر را به تصویر می کشد: جهانی که در آن کنترل نه صرفا بر ما تحمیل می شود، بلکه چیزی است که خود ما در نام کارایی، ارتباط و خودبهبودی آن را می پذیریم و درونی می کنیم.

برای واکاوی کامل این نقد عمیق، به منظری فلسفی نیاز داریم که با این گذار از انضباط بیرونی

به بهینه سازی درونی هماهنگ باشد. آثار فیلسوف کره ای ـ آلمانی بیونگ چول هان چنین چارچوبی را فراهم می کنند. نظریه های او درباره «جامعه دستاورد» و «سایکوپولیتیک» وضعیتی معاصر را تشخیص می دهند که در آن قدرت نه از طریق نفی و منع، بلکه از طریق نوعی مثبت بودن فراگیر عمل می کند؛ فرمان پایان ناپذیر برای عملکرد، اشتراک گذاری و بهینه سازی. این مقاله استدلال می کند که به کارگیری مفاهیم هان در تحلیل آینه سیاه ژرف ترین بینش های این مجموعه درباره روح نئولیبرال را آشکار می سازد. از طریق خوانش دقیق چند قسمت کلیدی، این تحلیل نشان خواهد داد که چگونه این سریال به تاملی سینمایی و نیرومند درباره خشونت ظریف مثبت بودن، پارادوکس آزادی به مثابه خوداستثمار، و فرسایش تدریجی روان انسان در عصر شفافیت دیجیتال تبدیل می شود. این وضعیتی است که در آن، همان گونه که کریستین روزن اشاره می کند، فناوری «مهارتی در سامان دادن جهان به گونه‌ای پیدا کرده است که دیگر نیازی به تجربه مستقیم آن نداشته باشیم» **(Rosen, ۲۰۲۰: ۸)**، و در نتیجه ما را در واقعیتی بهینه سازی شده و بی تن رها می کند.

اهمیت این پژوهش از آن جا ناشی می شود که نشان می دهد برخی از قسمت های سریال آینه سیاه به شکلی عمیق با اضطراب های عصر انباشت داده پیوند خورده اند. تحلیل این روایت ها در چارچوب فلسفی بیونگ چول هان می تواند دیدگاه های تازه و امکان های نوینی را برای بیان سینمایی در سینمای جهانی فراهم کند. هوش مصنوعی و رسانه های اجتماعی از چالش های تعیین کننده زندگی روزمره ما هستند و طبیعی است که فیلمسازان به کاوش در این مضامین ادامه دهند. در نهایت، پژوهش از این دست ما را یاری می کند تا از خلال زبان سینما به گونه ای انتقادی به وضعیت انسانی معاصر بیندیشیم و ابزارهای مفهومی ارزشمندی برای روایت های سینمایی آینده در اختیار داشته باشیم.

۲.چارچوب نظری

مفهوم «سراسربین» [۱]نزد میشل فوکو، که با الهام از طرح معماری زندان جرمی بنتام بسط یافته

۳-Panopticon

است، استعاره‌ای برای درک ساختار قدرت و کنترل در جوامع انضباطی مدرن است. در این معماری، یک برج مراقبت مرکزی وجود دارد که می‌تواند تمام سلول‌های پیرامونی را زیر نظر بگیرد، بی‌آنکه زندانیان بتوانند درون برج را ببینند. فوکو استدلال می‌کند که چون افراد همواره در معرض دیدپذیری هستند اما هرگز نمی‌دانند در لحظه دقیقاً تحت نظارت‌اند یا خیر، حس حضور دائمی ناظر را درونی می‌کنند. در نتیجه، نیاز به اعمال زور و خشونت فیزیکی از بین می‌رود و قدرت به سازوکاری نامرئی و روان‌شناختی تبدیل می‌شود که در آن، هر فرد به طور خودکار رفتار خویش را تنظیم کرده و عملاً به زندانبان خویش بدل می‌گردد. (فوکو، ۱۳۸۷).

با این وجود، فناوری‌هایی که در این سریال می‌بینیم، دیگر برای کنترل آدم‌ها نیازی به دیوارهای فیزیکی یا حبس کردن آن‌ها در چارچوب نهادهای خاص ندارند. در واقع، این وضعیت یادآور همان پیش‌بینی هوشمندانه‌ی ژیل دولوز درباره‌ی ظهور «جوامع کنترلی» است؛ جوامعی که در آن‌ها شبکه‌های دیجیتال و پیوسته جایگزین مرزهای فیزیکی شده‌اند. در این سیستم جدید، هویت یکپارچه‌ی انسان‌ها از هم می‌پاشد و افراد صرفاً به مجموعه‌ای از داده‌های قابل‌سنجش، آمارها، نمونه‌های بازار و اطلاعاتِ خُرد دیجیتال تقلیل پیدا می‌کنند **(Deleuze, ۱۹۹۲).**

با این همه، روایت های آینه سیاه حتی از سازوکارهای کنترل دلوزی نیز فراتر می روند و آنچه را بازتاب می دهند که بیونگ چول هان آن را تکامل بنیادی به سوی جامعه دستاورد می نامد. در این پارادایم، کنترل دیگر از بالا و به شکل زور تحمیل نمی شود، بلکه داوطلبانه از سوی افرادی درونی می گردد که خود را بازیگرانی آزاد می پندارند. به تعبیر هان، «خوداستثمارگری از دیگراستثمارگری کارآمدتر است، زیرا با احساس آزادی همراه است» **(Han, ۲۰۱۵a, p. ۶۰).**

برای درک این انقیاد داوطلبانه، هان مفهوم «روان‌سیاست[۱] را معرفی می‌کند؛ یک رژیم قدرت نئولیبرال که نه از طریق ممنوعیت و منع، بلکه از طریق ترغیب و جذابیت حکومت می‌کند. برخلاف رژیم انضباطی که دیکته می‌کند سوژه چه کاری «باید» انجام دهد، روان‌سیاست بر

٤-Psychopolitics

مبنای پیش‌فرض اغواکننده‌ی آنچه فرد «می‌تواند» انجام دهد، عمل می‌کند. این تمایز، هنگام قرار دادن هان در کنار منتقدان معاصری همچون «شوشانا زوبوف»، بسیار حائز اهمیت است. در حالی که نظریه‌ی «سرمایه‌داری نظارتی» زوبوف، به‌خوبی سازوکارهای اقتصادی‌ای را نقد می‌کند که در آن‌ها ابرشرکت‌ها بر «مصادره‌ی نامشروع تجربه‌ی انسانی در قالب داده‌های رفتاری و استفاده از مازاد رفتاری به‌عنوان ماده‌ی خام رایگان» **(Zuboff, ۲۰۱۹: ۴۰۱)** تکیه دارند چارچوب فکری هان به ابعاد هستی‌شناختی و روان‌شناختیِ این پویایی نفوذ می‌کند. او استدلال می‌کند که افراد در عصر دیجیتال صرفاً قربانیانی منفعل نیستند که داده‌هایشان استخراج شود؛ بلکه با هدایتِ یک الزامِ درونی‌شده برای «بهینه‌سازی خویشتن» و «مدیریتِ حضور دیجیتال‌شان»، فعالانه و مشتاقانه در کالایی‌سازیِ خود مشارکت می‌کنند. کارآمدیِ بالای این سازوکار به این دلیل است که «سراسربینِ دیجیتال از طریق خودافشاییِ داوطلبانه‌ی ساکنانش رونق می‌گیرد. خودبهره‌کشی و شفاف‌سازیِ خود (خودنمایی) از یک منطقِ واحد پیروی می‌کنند.» **(Han, ۲۰۱۷: ۴۵).**

در مرکز این خوداستثمارگری، برداشت ویژه هان از شفافیت قرار دارد. در تقابل با گفتمان های سیاسی که شفافیت را آرمانی دموکراتیک می دانند، هان آن را شکلی از خشونت نظام مند و هستی شناختی می داند. او تصریح می کند که «جامعه شفافیت، جامعه اعتماد نیست، بلکه جامعه کنترل است»، جایی که «مطلق سازی ارزش نمایش خود را در قالب استبداد رؤیت پذیری نشان می دهد» (**Han, ۲۰۱۵b, p: ۷**).

در این چارچوب، «شفافیت» دیگر یک ویژگی مثبت نیست، بلکه یک اجبار است؛ فشاری است که ما را وادار می‌کند تمام بخش‌های زندگی‌مان را در معرض دید بگذاریم تا قابل‌سنجش و ارزیابی باشند. این پدیده، حریم‌ها، ابهامات و آن فضاهای پنهانی را که برای برقراری ارتباط واقعی و عمیق انسانی ضروری‌اند، از بین می‌برد. همان‌طور که در قسمت «سقوط آزاد» (**Nosedive**) از سریال *آینه سیاه* می‌بینیم، این عطشِ «دیده شدنِ همیشگی»، هویت انسان‌ها را تا حد چند عدد و امتیاز تقلیل می‌دهد و عملاً پیچیدگی و رازآلودگیِ وجود انسان‌ها (تفاوت‌ها و منحصربه‌فرد بودنشان) را نابود می‌کند. در چنین دنیایی، آدم‌ها درون زندان‌های فیزیکی محبوس نیستند، بلکه در بندِ نگاهِ بی‌وقفه و قضاوت‌گرِ اطرافیان و همچنین وسواسِ نظارت بر خودشان

گرفتار شده‌اند.

این فضا چیزی را خلق می‌کند که هان آن را «سوژه‌ی دستاورد» می‌نامد. برخلافِ «سوژه‌ی مطیع» در دوران جوامع انضباطی، سوژه‌ی موفقیت خود را به چشم پروژه‌ای برای پیشرفت و ارتقای بی‌پایان می‌بیند و در این مسیر، هم‌زمان نقش ارباب و برده‌ی خویش را ایفا می‌کند. هان توضیح می‌دهد که: «سوژه‌ی موفقیت، مستقل از هرگونه سلطه‌ی بیرونی عمل می‌کند... با این حال، محو شدنِ این سلطه به آزادی واقعی ختم نمی‌شود... چرا که این سوژه، از خودش بهره‌کشی می‌کند» (**Han, ۲۰۱۵a, p: ۶۰**).

این تعامل به واسطه چیزی تغذیه می شود که هان آن را خشونت مثبت می نامد. از نظر او این فراوانی مثبت بودن «از خشونت منفی خطرناک تر است، زیرا چهره آزادی به خود می گیرد و آزادی را از اجبار تفکیک ناپذیر می کند» (**Han, ۲۰۱۸a, p: ۷۵**). در واژگان فلسفی او، مثبت بودن به معنای خوش بینی نیست، بلکه حذف تهاجمی جنبه های منفی مانند رنج، اصطکاک، اندوه یا تفاوت رادیکال است. با فیلتر کردن «دیگری» و جایگزین کردن آن با زیبایی شناسی همگن «همان»، پلتفرم های دیجیتال محیطی استریل می آفرینند که در آن افراد در پی نمایش مداوم، خود را فرسوده می سازند. در چنین وضعیتی، «منفیت دیگری جای خود را به مثبت بودن *همان*[۱] می دهد. خشونت *همان* به دلیل مثبت بودنش ناپیداست» (**Han, ۲۰۱۸b, p: ۶**). دقیقا این خشونت پنهان که در پوشش آزادی و بهینه سازی ظاهر می شود، هسته هولناک آینه سیاه را شکل می دهد و فلسفه هان را به مناسب ترین چارچوب برای تحلیل آن بدل می سازد.

علاوه بر این، محیط‌های تکنولوژیکِ به تصویر کشیده شده در سراسر سریال آینه سیاه، پیوندی تنگاتنگ با مفهومی دارند که هان آن را «زیبایی‌شناسی امر صاف»[۲] می‌نامد. صفحه‌های نمایش، ایمپلنت‌ها و رابط‌های اجتماعی در این سریال، نمایی صیقلی و بدون اصطکاک ارائه می‌دهند که هرگونه کشمکش، تنش یا تعارض را پس می‌زند. هان در کتاب نجات زیبایی تأکید می‌کند:

۵-The same

٦-aesthetics of the smooth

«امر صاف، مشخصه و امضای زمانه‌ی ماست... این ویژگی فراتر از اثر زیبایی‌شناختی‌اش، بازتاب‌دهنده‌ی یک الزام اجتماعی فراگیر است و تجسمِ جامعه‌ی مثبت‌گرای [ایجابیِ] امروز به شمار می‌رود.» (***Saving Beauty,*** **Han, P:۷**).

این یکدستی و فقدان اصطکاک، صرفاً یک انتخاب در طراحی نیست، بلکه یک ابزار ایدئولوژیک است. آنچه صاف و صیقلی است «آسیبی نمی‌رساند و هیچ مقاومتی از خود نشان نمی‌دهد، بلکه تنها به دنبالِ لایک (تأیید) است» (همان). زیبایی‌شناسیِ امر صاف، با محو کردنِ زوایای خشنِ تجربه‌ی اصیل انسانی — نظیر تروما، مخالفت یا اندوه — نوعی همگونیِ پاک‌سازی‌شده و بی‌خطر را تحمیل می‌کند و شخصیت‌ها را در دنیایی به‌ظاهر بی‌نقص به دام می‌اندازد؛ دنیایی که در آن هرگونه «منفیت» (امر منفی) به لحاظ ساختاری ممنوع و قدغن است.

این همواری صرفا انتخابی زیبایی شناختی نیست، بلکه ابزاری ایدئولوژیک است: آنچه صیقلی است «نه می آزارد و نه مقاومتی نشان می دهد. در پی لایک است» با زدودن زبری های تجربه واقعی انسان ــ مانند رنج، ستیز یا اندوه ــ این زیبایی شناسی نرم، همگنی استریل شده ای را تحمیل می کند که در آن نفی ساختاری هرگونه منفیت، شخصیت ها را در جهانی ظاهرا کامل اما از درون تهی و بی درگیری زندانی می سازد.

۳. پیشینه تحقیق

مرور منابع فارسی نشان می‌دهد که تاکنون پژوهشی که مستقیماً به پیوند میان آرای بیونگ‌چول هان، سینما و بازنمایی هوش مصنوعی و شبکه‌های اجتماعی بپردازد انجام نشده است. بااین‌حال، مجموعه‌ای از تحقیقات در دو حوزه قابل توجه‌اند: الف) مطالعات هوش مصنوعی و شبکه‌های اجتماعی در ایران و ب) بررسی نسبت بازنمایی و فناوری‌های نوین در سینما.

یکی از نمونه‌های مهم در دسته اول، مقاله‌ای با عنوان «پیامدشناسی فرهنگی توسعه هوش مصنوعی در رسانه‌های اجتماعی در ایران» است که در فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران منتشر شده است. رجبی و نصراللهی (۱۴۰۲) نشان داده‌اند که توسعه سریع هوش مصنوعی از یک‌سو دسترسی و تعامل کاربران را افزایش می‌دهد و از سوی دیگر به کاهش قدرت انتخاب مخاطب، اختلال در بازنمایی حقیقت رسانه‌ای و افزایش عدم شفافیت منجر می‌شود. این یافته‌ها را می‌توان

با مفاهیم هان درباره «جامعه شفافیت» و «دوزخ امرهمسان» مقایسه کرد.

همچنین در مقاله‌ای کنفرانسی با عنوان «تأثیر الگوریتم‌های هوش مصنوعی بر شکل‌گیری هویت مجازی در شبکه‌های اجتماعی»، طاهری (۱۴۰۴) نشان می‌دهد که الگوریتم‌ها از طریق فید خبری، پیشنهادگرها، فیلتر حبابی و تحلیل احساسات، نقش فعالی در بازنمایی و بازتولید هویت دیجیتال کاربران ایفا می‌کنند. این یافته‌ها بستری فراهم می‌آورد تا مفاهیمی مانند «اینفوکراسی» و «سیاست روانی» هان در متن جامعه ایرانی فهم‌پذیر شوند.

در میان پژوهش‌های خارج کشور، مقاله بازنمایی هوش مصنوعی در سینما: یک تحلیل محتوای کمّی **(Nguyen, ۲۰۲۵)**[۱] جایگاه ویژه‌ای دارد زیرا با رویکردی کمّی به تحلیل بازنمایی‌های هوش مصنوعی در سینما پرداخته است. این مقاله با بررسی نمونه‌های متعدد از فیلم‌های دهه‌های مختلف نشان می‌دهد که تصویرپردازی از هوش مصنوعی دچار دگرگونی معناداری شده است: در فیلم‌های اولیه، هوش مصنوعی اغلب در مقام «دیگری تهدیدگر» و خطری برای بقا و هویت انسانی بازنمایی می‌شد، حال آن‌که در آثار معاصر بیشتر به‌عنوان «همکار» یا «همراه» انسان تصویر می‌شود. این تغییر بیانگر جابه‌جایی نگرانی‌های اجتماعی از مواجهه‌ی خصمانه با فناوری به سوی پرسش‌های مربوط به همزیستی، اعتماد و وابستگی متقابل است. از نظر انگوین، این تحول روایی نه تنها بازتابی از تحولات تکنولوژیک است، بلکه حاکی از تغییر در حساسیت‌های فرهنگی و اخلاقی نسبت به جایگاه هوش مصنوعی در زندگی روزمره نیز هست.

کتاب هوش مصنوعی در سینما **(Murphy, ۲۰۲۴)** یکی از مهم‌ترین آثار پژوهشی در زمینه‌ی بازنمایی هوش مصنوعی در سینما محسوب می‌شود. این کتاب با رویکردی تاریخی و فرهنگی به بررسی بازنمایی‌های سینمایی از دهه‌ی ۱۹۵۰ تا دهه‌ی ۲۰۲۰ می‌پردازد و نشان می‌دهد که فیلم‌ها فراتر از نقش سرگرمی، در حکم «آرشیو فرهنگی» عمل می‌کنند که اضطراب‌ها، امیدها و محاسبات اخلاقی هر دوره را درباره‌ی فناوری‌های هوشمند ثبت می‌کنند.

در مقابل، کتاب بازنمایی هوش مصنوعی نوین در فیلم و تلویزیون (آلن، ۲۰۲۵)[۲] تمرکز خود

۷-AI representation in cinema: A quantitative content analysis

۸-Representing the New AI in Film and Television

را نه بر تاریخ کلی، بلکه بر بازنمایی‌های معاصر و به‌ویژه «نسل جدید» هوش مصنوعی قرار می‌دهد که در فیلم‌ها و سریال‌های دو دهه‌ی اخیر به چشم می‌خورد. آلن با اتخاذ رویکردی فلسفی و سیاسی، نشان می‌دهد که این آثار بیش از گذشته به مسائل مربوط به جنسیت، بدنمندی و سیاست بدن می‌پردازند. برای مثال، تحلیل او از شخصیت‌های زنانه‌ی هوش مصنوعی در فیلم‌هایی همچون **Ex Machina** آشکار می‌سازد که چگونه طراحی بصری و ویژگی‌های جنسیتی این روبات‌ها به بازتولید نگاه مردسالارانه و ابژه‌سازی از «دیگری زنانه» کمک می‌کند، اما در عین حال می‌تواند بستر نقد و مقاومت نیز فراهم آورد. علاوه بر این، آلن به رابطه‌ی این بازنمایی‌ها با منطق سرمایه‌داری و زیست‌سیاست دیجیتال می‌پردازد: این که چگونه سینما در قالب روایت‌های علمی–تخیلی، همزمان با نقدِ سلطه‌ی الگوریتمی، در بازتولید گفتمان‌های نولیبرال مشارکت می‌کند. کتاب همچنین به جنبه‌های زیست‌محیطی اشاره دارد و نشان می‌دهد که تخیل علمی–تخیلی درباره‌ی هوش مصنوعی می‌تواند بستری برای بازاندیشی در رابطه‌ی تکنولوژی، طبیعت و بقای جمعی انسان‌ها باشد. در مجموع، این اثر نشان می‌دهد که بازنمایی‌های معاصر هوش مصنوعی نه فقط در سطح تخیل سرگرم‌کننده، بلکه در مقام میدان نظری برای بحث‌های آژانسی، اخلاقی و سیاسی قابل تحلیل‌اند.

پژوهش‌های موجود درباره‌ی رسانه‌های اجتماعی و سینما بیشتر بر کارکرد صنعتی و اجتماعی شبکه‌ها متمرکز بوده‌اند؛ از جمله نقش آن‌ها در بازاریابی و توزیع فیلم‌ها (**Huang, Lin, & Zhou, ۲۰۲۵**؛ **FilmFlow Hub, ۲۰۲۳**) یا تأثیرشان بر تجربه‌ی مخاطب و فرهنگ بصری (**Rettberg, ۲۰۱۴**؛ **Nakamura, ۲۰۰۸**). این متون عمدتاً نشان می‌دهند که اینستاگرام، تیک‌تاک و دیگر پلتفرم‌ها چگونه شیوه‌های تبلیغ، مصرف و مشارکت مخاطب را تغییر داده‌اند. در سطحی دیگر، برخی مطالعات موردی نیز به تحلیل فیلم‌هایی خاص مانند **The Social Network (Akter, ۲۰۱۶)** پرداخته‌اند که به‌طور مستقیم زندگی در شبکه‌های اجتماعی را روایت می‌کنند.

با این حال، در حوزه‌ی بازنمایی داستانی شبکه‌های اجتماعی در فیلم‌های سینمایی و سریال‌های معاصر خلأ چشم‌گیری وجود دارد. در حالی که برای بازنمایی هوش مصنوعی منابع نظام‌مند و پرارجاعی وجود دارد، درباره‌ی اینستاگرام یا پلتفرم‌های مشابه در روایت‌های داستانیِ سینمایی

اثری جامع و نظری تولید نشده است. بنابراین می‌توان گفت بررسی چگونگی بازنمایی شبکه‌های اجتماعی در فیلم‌ها و سریال‌ها ــ به‌ویژه از منظر فلسفی و انتقادی ــ هنوز در ادبیات علمی جای خالی دارد. پرداختن به این خلأ پژوهشی می‌تواند نه تنها به تکمیل مطالعات موجود یاری رساند، بلکه امکان تحلیل انتقادیِ رابطه‌ی سینما، شبکه‌های اجتماعی و فرهنگ دیجیتال را فراهم آورد.

٤. روش پژوهش

این پژوهش از یک روش‌شناسی کیفی و تفسیری بهره می‌برد و بر تحقیقات اسنادی و کتابخانه‌ای تکیه دارد. این تحقیق با به‌کارگیری رویکردی کیفی در مطالعات تلویزیونی، به خوانش دقیقِ [۱] قسمت‌های منتخبی از سریال آینه سیاه می‌پردازد. ساختارهای روایی و موتیف‌های بصری این قسمت‌های خاص، از دریچه‌ی چارچوب نظری بیونگ-چول هان، به‌ویژه مفاهیم «روان‌سیاست» و «سوژگیِ نئولیبرالِ» او، رمزگشایی و به‌طور انتقادی تحلیل می‌شوند.

در فرایند تحلیل، هر اپیزود چندین بار مشاهده شد تا ساختار روایت، روابط شخصیت‌ها و جهان داستانی شناسایی شود. سپس صحنه‌ها، گفت‌وگوها و عناصر بصری مرتبط با مفاهیم نظری بیونگ چول هان استخراج و تحلیل شدند. توجه ویژه‌ای به موضوعاتی چون سازوکارهای نظارت و ارزیابی اجتماعی، داده‌مند شدن حافظه و تجربه، اقتصاد توجه و شیوه‌های تجربه‌ی زمان در روایت معطوف شد.

انتخاب این چهار اپیزود نیز به صورت نمونه گیری هدفمند انجام شده است، زیرا هر یک از آنها یکی از ابعاد مهم تحلیل هان از سرمایه داری دیجیتال را برجسته می کنند: اپیزود «سقوط» منطق رتبه بندی اجتماعی و جامعه شفافیت را نشان می دهد؛ «تمام تاریخچه تو» مسئله حافظه دیجیتال و داده سازی تجربه را مطرح می کند؛ و «پانزده میلیون امتیاز» به اقتصاد توجه، استثمار بدن و سازوکارهای روان سیاست در سرمایه داری رسانه ای و «آرک‌انجل» به تبعات حذف منفیت و خشونت مثبت می پردازد.

در مجموع، روش‌شناسی پژوهش ترکیبی از تحلیل کیفی فیلم و تفسیر نظری بود و امکان آن را

۹-close reading

فراهم کرد که «آینه سیاه» نه صرفاً یک روایت علمی–تخیلی، بلکه متنی انتقادی درباره‌ی تحولات قدرت، سوژه‌سازی و تجربه‌ی انسانی در عصر سرمایه‌داری دیجیتال در نظر گرفته شود.

۵. تحلیل قسمت ها

تحلیل «سقوط آزاد»

قسمت «سقوط آزاد» (فصل سوم، قسمت اول) جهانی را به تصویر می کشد که در آن تعاملات اجتماعی تحت سلطه یک نظام امتیازدهی عمومی قرار دارد. هر فرد دارای امتیازی دیجیتال از یک تا پنج ستاره است که بر اساس ارزیابی های لحظه ای دیگران تعیین می شود. این امتیاز نه تنها جایگاه اجتماعی افراد را مشخص می کند، بلکه مستقیما با فرصت های اقتصادی و اجتماعی آنان گره خورده است؛ از اجاره خانه و دسترسی به خدمات گرفته تا پیشرفت شغلی. شخصیت اصلی، لِیسی پوند، زنی با امتیاز ۴.۲ است که می کوشد امتیاز خود را به ۴.۵ برساند تا واجد شرایط تخفیف برای خرید یک آپارتمان لوکس شود. برای دستیابی به این هدف، او تصویر عمومی خود را با دقتی وسواس گونه و از طریق تعاملات حساب شده و صحنه پردازی شده مدیریت می کند و در شبکه های اجتماعی تنها لحظه های خوشایند و «لایک پذیر» را به اشتراک می گذارد. فرصت طلایی او زمانی پدید می آید که از سوی دوست دوران کودکی اش، نائومی، با امتیاز ۴.۸، دعوت می شود تا ساقدوش عروس در مراسم ازدواج او باشد. سخنرانی در این مراسم که با حضور افراد دارای امتیاز بالا برگزار می شود می تواند جهشی قابل توجه در امتیاز لِیسی ایجاد کند. با این حال، مسیر او به سوی مراسم به زنجیره ای از بحران ها فرو می غلتد؛ از لغو پرواز تا درگیری هایی که با هر تعامل منفی، امتیاز او را بیش از پیش سقوط می دهد.

در نهایت، پس از فروپاشی کامل امتیاز، او از ورود به مراسم منع می شود. قسمت با نمایی از لِیسی در سلول زندان پایان می یابد؛ جایی که او، رها از نظام امتیازدهی، با زندانی دیگری به شکلی آزاد و اصیل به رد و بدل کردن توهین می پردازد و برای نخستین بار نوعی ارتباط انسانی خام و فیلترنشده را تجربه می کند.

تحلیل میزانسن و زیبایی شناسی سکانس های آغازین «سقوط آزاد» تقارنی آشکار با مفاهیم

نظری بیونگ چول هان، از جمله اخراج دیگری، حذف منفیت و بحران زیبایی شناسی، نشان می دهد. در ابتدا، استفاده از پالت رنگی ملایم و پاستلی، جهانی به ظاهر کامل و صمیمی را بازنمایی می کند که از هرگونه تنش تهی است؛ فضایی که به روشنی با مفهوم «زیبایی شناسی صیقلی» نزد هان همخوان است. هان در کتاب *نجات زیبایی* می نویسد: «صیقلی سطحی بهینه سازی شده و فاقد منفیت است» و حتی ارتباطات دیجیتال را «هموار شده» می داند، زیرا عمدتا شامل عبارات مودبانه و حتی مثبت گرایانه است که میان افراد مبادله می شود (**Han, ۲۰۱۸b: ۱۹).**این توصیف دقیقا جامعه «سقوط آزاد» را بازتاب می دهد؛ جامعه ای که در آن شهروندان با وسواس تعاملات خود را تنظیم می کنند تا امتیاز پنج ستاره دریافت کنند و از هرگونه تعارض بپرهیزند. با این حال، در حالی که لِیسی در ابتدا پوست بی نقص خود را در آینه بررسی می کند، با آشکار شدن «خشونت مثبت» حاکم بر این جهان، بافتی خشن تر بر چهره او پدیدار می شود و توهم صیقلی بودن را در هم می شکند.

در چنین بستری، تعاملات اجتماعی به سطح نوعی «ادب معامله ای» تقلیل می یابد. لِیسی لبخندهای مصنوعی تمرین می کند و افراد صرفا برای کسب امتیاز بالاتر به یکدیگر بازخورد مثبت می دهند؛ صمیمیتی کاملا ساختگی و نمایشی. نکته قابل توجه آن است که در این ساختار، نیروی قهری یا پلیس سنتی برای واداشتن افراد به اطاعت وجود ندارد؛ بلکه فشارهای سنگین اجتماعی و اقتصادی افراد را وادار می کند تا داوطلبانه به بازوان اجرایی این نظام کنترل بدل شوند. افزون بر این، شبکه های اجتماعی این جهان سرشار از تصاویر کامل و زیبا، به ویژه حضور پررنگ حیوانات خانگی و کودکان است. همان گونه که **Shamayleh (۲۰۲۵)**در پژوهش خود اشاره می کند، این تصاویر به دلیل ماهیت «بامزه» و غیرتهدیدآمیز خود، به شکل گیری «شبکه های عاطفی دیجیتال» کمک می کنند و کاربران ناخودآگاه می کوشند با اشتراک گذاری آنها احساسات مثبت برانگیزند و پیوندی عاطفی اما سطحی ایجاد کنند. در این ساختار بی نقص، لِیسی همواره احساس می کند زیر ذره بین است و با هدف تقویت برند شخصی و کسب امتیاز، تمام کلمات، حرکات و حالات چهره خود را با دقت مدیریت می کند. استفاده از لنزهای هوشمندی که امتیاز افراد را فورا در برابر چشمان دیگران نمایش می دهد، تجسم کاملی از مفاهیم «جامعه شفافیت» و «سراسربین دیجیتال» نزد هان است؛ مکانی که در آن هر کنش به

دقت ثبت و تحلیل می شود و انسان ها در چرخه ای بی پایان از نظارت وسواس گونه بر خود و دیگران گرفتار می شوند.

سریال همچنین نشان می دهد که بیشتر افراد این جهان دارای مشاور مدیریت برند شخصی هستند. در یکی از صحنه ها، لِیسی با مشاور خود دیدار می کند؛ فردی که تمام تعاملات انسانی و امتیازهای اخیر او را به داده تبدیل کرده است. او این داده ها را ارزیابی می کند و برای افزایش امتیاز و دستیابی به تخفیف بیشتر برای آپارتمان مورد نظرش پیشنهادهایی ارائه می دهد.

«سقوط آزاد» نشان می دهد که این منطق، افزون بر فرسایش روانی، به نوعی شکنندگی اجتماعی نیز می انجامد. در یکی از صحنه های آغازین محل کار، هنگامی که لِیسی با همکاری که امتیازی پایین و جایگاهی نامحبوب دارد رفتاری گرم نشان می دهد، دیگران شروع به دادن امتیازهای پایین به او می کنند. بعدتر در روایت، زمانی که لِیسی قضاوت همکارانش را متوجه می شود، همان فرد نامحبوب را بدرفتاری می کند و از او فاصله می گیرد تا مانع از سقوط دوباره امتیاز خود شود. در درون این نظام ارتباطی، نوعی خشونت عمل می کند که به همگن سازی فزاینده افراد می انجامد. هنگامی که در ادامه داستان امتیاز لِیسی به سرعت سقوط می کند، دوستان و حتی غریبه هایی که پیش تر با او رفتار گرم داشتند ناگهان او را طرد می کنند. این طرد نه به سبب ارتکاب جرم یا تخلفی واقعی، بلکه صرفا به دلیل کاهش یک شاخص عددی رخ می دهد؛ شاخصی که به کل نظام ارزش گذاری بدل شده است.

در جهان «سقوط آزاد»، حتی روابط عاطفی نیز به کالا تبدیل می شوند. در پست های شبکه های اجتماعی، لِیسی پیوسته با تصاویر زوج هایی روبه رو می شود که رابطه آنان تصویری از یک زندگی بی نقص را پیش چشم او می گذارد. هنگامی که برای بازدید از آپارتمان می رود، یک هولوگرام خودکار تصویر او را در کنار مردی نمایش می دهد تا در صورت خرید ملک، خیال یک زندگی کامل را در ذهنش القا کند. حتی دوست او، نائومی، در یک تماس تلفنی اعتراف می کند که یکی از معیارهایی که در ازدواجش در نظر گرفته، امتیاز و جایگاه عددی نامزدش بوده است. همان گونه که بیونگ چول هان در کتاب *رنج اروس* اشاره می کند، در چنین جهانی عشق و گشودگی نسبت به دیگری دیگر نیروی محرک روابط عاطفی نیستند.

ترکیب این دو منطق ـ الزام به شفافیت و زیبایی شناسی صیقلی ـ اثری هم افزا پیدا می کند.

شفافیت همه چیز را در معرض دید و داوری فوری قرار می دهد، در حالی که زیبایی شناسی صیقلی تضمین می کند آنچه دیده می شود بی خطر، بدون ابهام و آماده مصرف باشد. نتیجه همان «جامعه بی سایه» ای است که هان نقد می کند؛ جامعه ای که در آن هر نوع پنهانکاری، مقاومت یا ژرفا حذف شده و جای خود را به رضایتی فوری و قابل پیش بینی داده است.

در نگاه نخست، رابطه لِیسی و نائومی بقایای یک دوستی قدیمی به نظر می رسد، اما ساختار تعامل آنان نشان می دهد که «دیگری» تنها تا جایی ارزش دارد که به تصویر خودی ما خدمت کند. نائومی لِیسی را تنها به این دلیل به مراسم عروسی دعوت می کند که حضور او در میان میهمانان با امتیاز بالا اعتبار اجتماعی خود نائومی را افزایش می دهد. در این ساختار، دیگری به «بازتاب همان» تقلیل می یابد و رابطه اصیل جای خود را به پیوندهای ابزاری و خودارجاعی می دهد.

همزمان، هرچه لِیسی از امتیاز بالا و زیبایی شناسی صیقلی فاصله می گیرد، توانایی او برای شکل دادن به ارتباطات اصیل با دیگران به حاشیه رانده شده افزایش می یابد. او که در ابتدا حتی قادر به برقراری ارتباط موثر با برادرش نیست، در میانه سفر خود با زنی میانسال روبه رو می شود که روزگاری امتیازی بالا داشته اما بعدها این نظام امتیازدهی را رها کرده تا صادقانه زندگی کند. این زن نخستین فرد در قسمت است که به شکل واقعی و بی چشمداشت به لِیسی کمک می کند و نخستین اتصال اصیل لِیسی در خلال همین گفت وگو شکل می گیرد.

در سکانس پایانی، لِیسی و زندانی روبه روی او بی واسطه و بدون هرگونه میانجی دیجیتال یا محاسبه امتیاز، به تبادل توهین می پردازند. این تعامل، هرچند تند و منفی، کاملا از منطق صیقلی بودن، شفافیت و زیبایی بی درد رها شده است. این نخستین لحظه ای است که لِیسی در آن امکان تجربه یک رابطه انسانی خام، ناهموار و به دور از اجبارهای نظام امتیازدهی را می یابد.

لبخندهای دائمی، پرهیز از تعارض، و تلاش پیوسته برای نمایش شادی همگانی، جهان «سقوط آزاد» را به نمونه ای بارز از «جامعه تسکینی» بدل می کند. در این قسمت، هر تعامل ناخوشایند با کاهش امتیاز مجازات می شود؛ در نتیجه، سوژه ها می آموزند تعارض را با لبخندی مصنوعی پنهان کنند. این وضعیت به نوعی بی حسی اجتماعی می انجامد که در نهایت به انباشت خشونتی پنهان منجر می شود.

تحلیل «پانزده میلیون امتیاز»

قسمت «پانزده میلیون امتیاز» (فصل اول، قسمت دوم) در آینده ای احتمالی رخ می دهد که در آن افراد بیشتر زمان خود را در اتاق های کوچک با دیوارهای کاملا دیجیتال می گذرانند و با رکاب زدن بر دوچرخه های ثابت انرژی تولید می کنند. این انرژی به «امتیاز» تبدیل می شود که واحد اصلی اقتصاد در این جهان است و برای خرید غذا، لباس، سرگرمی و حتی رد کردن تبلیغات اجباری به کار می رود.

شخصیت اصلی، بینگ، زندگی یکنواخت و تکراری دارد تا اینکه با آبی، زنی با صدایی زیبا، آشنا می شود. بینگ که عمیقا تحت تاثیر استعداد او قرار گرفته است، تصمیم می گیرد پانزده میلیون امتیاز ـ تمام پس انداز زندگی خود ـ را خرج کند تا آبی بتواند در یک برنامه استعدادیابی به نام «هات شات» شرکت کند.

با این حال، نظام حاکم آبی را به عنوان خواننده انتخاب نمی کند، بلکه او را به عنوان بازیگر در صنعت پورنوگرافی برمی گزیند و با وعده شهرت و موفقیت او را به این مسیر می کشاند. بینگ که از این بی عدالتی خشمگین شده است، خود نیز در برنامه «هات شات» شرکت می کند. اما پس از آنکه سخنرانی پرشوری علیه نظام موجود ایراد می کند، به جای آنکه آن را سرنگون سازد، در همان ساختار جذب می شود و به مجری برنامه ای انتقادی تبدیل می گردد. در نتیجه، خودِ انتقاد او نیز به کالایی سرگرم کننده برای مخاطبان بدل می شود.

شخصیت های جهان «پانزده میلیون امتیاز» در اتاق هایی زندگی می کنند که کاملا با صفحه نمایش ها محصور شده اند و پیوسته از همه جهات در معرض هجوم تصویر قرار دارند. تنها مواجهه آنان با جهان بیرون صرفا از طریق همین واسطه های دیداری رخ می دهد؛ در هیچ لحظه ای از قسمت، نه جهان بیرونی را می بینیم و نه کاراکترها رابطه ای اصیل و مستقیم با واقعیت خارجی برقرار می کنند. آنان حتی اختیار چندانی برای انتخاب محتوای دلخواه خود ندارند؛ اگر بخواهند تبلیغات یا برنامه ای را رد کنند، اعتبار و امتیازشان کاهش می یابد. «پانزده میلیون امتیاز» کاراکترهایی می آفریند که ناچار به مصرف تصویر هستند.

در یک لحظه به خصوص از قسمت، هنگامی که بینگ برای آنکه ویدیوی پورنوگرافیک آبی را نبیند چشمانش را می بندد، صفحه ها به رنگ قرمز درمی آیند و علامت هشدار چشمک زن

ظاهر می شود. بینگ هیچ راهی برای خروج از اتاق ندارد. همه چیز باید شفاف باشد و دیده شود. آبی، که برای بینگ موضوع میل بود، باید اکنون به معنای واقعی کلمه برهنه و آشکار شود و تصویرش به شکلی خشونت بار مصرف گردد. در اینجا نظام حاکم، عشق را تماما به پورنوگرافی تقلیل می دهد؛ دقیقا همان گونه که هان در *رنج اروس* توصیف می کند. در این جهان، نه تنها معشوق برای بینگ تحقیر می شود، بلکه خودِ تخیل و میل او نیز به واقعیتیی مبتذل و عریان فروکاست می یابد.

در *جامعه فرسایش* (۲۰۱۰)، بیونگ چول هان توضیح می دهد که نئولیبرالیسم به جای تحمیل اجبار بیرونی، سوژه هایی می سازد که به نام آزادی و خودبهبودی، خود را استثمار می کنند. او این وضعیت را «جامعه فرسایش» و «سوژه عملکرد» می نامد؛ فردی که پیوسته خود را به کار بیشتر وامی دارد، نه از سر اجبار مستقیم، بلکه به دلیل فشار درونی برای رسیدن به معیارهایی که خود نظام تعیین کرده است.

در «پانزده میلیون امتیاز»، رکاب زدن بی پایان کاراکترها تجسمی عینی از همین وضعیت است. هیچ نیروی پلیسی یا عامل قهری بالای سر آنان ایستاده نیست؛ آنان به شکل «داوطلبانه» بر دوچرخه ها می نشینند و امتیاز تولید می کنند، زیرا ساختار زندگی و اقتصاد این جهان تماما بر این کار استوار است. هر روز در برابر صفحه نمایش ها قرار می گیرند، برنامه دلخواه خود را انتخاب می کنند و رکاب زدن را آغاز می کنند. بدن های آنان همچون ماشین هایی برای تولید انرژی و امتیاز به کار گرفته می شود، و این فعالیت ظاهرا اختیاری، فرسایشی دائمی ـ هم جسمی و هم روانی ـ ایجاد می کند، بی آنکه به هدفی بیرون از چرخه تولید ـ مصرف منتهی شود.

اما این چرخه صرفا درباره تولید و مصرف نیست؛ در *سرمایه داری و سائق مرگ* (۲۰۲۱)، هان با الهام از فروید توضیح می دهد که سرمایه داری متاخر، میل مخرب نهفته در «سائق مرگ» را سرکوب نمی کند، بلکه آن را در مسیرهایی هدایت می کند که چرخه بی پایان انباشت را تغذیه و تقویت کنند(**Han, ۲۰۲۱**). در این قسمت، رکاب زدن مداوم خودِ چرخه تکراری ای است که نه به رهایی می انجامد و نه به گسست ساختار، بلکه مستقیما به حفظ و بازتولید نظام منتهی می شود.

حتی تلاش بینگ برای شکستن این چرخه ـ یعنی فدا کردن تمام پس اندازش برای آبی ـ نیز در

نهایت در منطق همان نظام فرو می افتد. آبی به جای آنکه استعداد هنری خود را شکوفا کند، جذب صنعت پورنوگرافی می شود؛ حوزه ای دیگر در سرمایه داری سرگرمی که بدن و تصویر او را برای سود بیشتر استثمار می کند.

اوج این چرخه لحظه ای است که خودِ بینگ در برنامه «هات شات» ظاهر می شود. او با چاقوی شکسته در دست، ظاهرا می خواهد علیه نظام موجود شورش کند، اما خشم و اعتراض او نیز بلافاصله در قالب «سرگرمی انتقادی» بسته بندی و عرضه می شود. همان گونه که هان اشاره می کند، هر شکل از مقاومت یا منفیت می تواند توسط نظام بلعیده و به سوختی برای بقا و استمرار آن تبدیل شود (۲۰۲۱). از این منظر، مجموعه آینه سیاه نیز به شکلی طنزآمیز همانند بینگ عمل می کند: در حالی که نقدهای ساختاری مطرح می کند، خود در دل سازوکار تولید محتوایی قرار دارد که شباهت هایی بنیادین با جهان «پانزده میلیون امتیاز» دارد.

ایده «زیبایی صیقلی» هان نیز در این قسمت به روشنی قابل مشاهده است. برنامه های تلویزیونی این جهان و خودِ شو «هات شات» بر همین منطق اداره می شوند. حتی استعدادهای اصیل ـ مانند صدای آبی ـ باید در فرمت و قالب هایی عرضه شوند که بی واسطه ترین و کم خطرترین جذابیت را برای مخاطب فراهم کنند. هنگامی که آبی از مسیر پیش بینی شده اندکی منحرف می شود، نظام به سرعت او را به صنعتی منتقل می کند که جذابیت جنسی مصرف پذیر و فاقد هرگونه ابهام تولید می کند.

این فشار نرم تا سطح رویاها و آرزوها نیز عمل می کند. هنگامی که آبی وارد برنامه «هات شات» می شود، با وعده تحقق استعداد خود روبه رو می گردد؛ اما همین وعده در واقع ابزار نرم نظام برای هدایت او به مسیری است که کاملا با منطق بازار همخوانی دارد. از این رو، خودِ برنامه «هات شات» به نماد جامعه عملکردی از منظر هان بدل می شود؛ جهانی که آرزوها، شکوفایی، موفقیت و خلاقیت را تنها در چارچوب بهره وری، جذابیت بازار و منطق مصرف پذیری تعریف می کند.

جهان «پانزده میلیون امتیاز» در چرخه ای بسته و تکراری می چرخد. رکاب زدن روزانه، مصرف کردن، خوابیدن و دوباره آغاز همان روند، تجسمی کامل از گرفتار شدن در «حال مطلق» است؛ مفهومی که هان در *عطر زمان* شرح می دهد. این ساختار زمانی جایی برای مکث، روایت، یا

اتصال میان گذشته و آینده باقی نمی گذارد. زندگی به رشته ای بی پایان از لحظه های یکسان تقلیل می یابد که تنها از طریق خرید و مصرف از یکدیگر متمایز می شوند.

تحلیل «تمام تاریخ تو»

قسمت «تمام تاریخ تو» (فصل اول، قسمت سوم) در آینده نزدیکی رخ می دهد که در آن اغلب افراد دارای یک «دانه» کاشتنی هستند؛ ایمپلنتی دیجیتال که هر آنچه فرد می بیند و می شنود را به طور کامل ضبط می کند. این فناوری به صاحب آن امکان می دهد خاطرات خود را بازپخش کند یا آن ها را بر صفحه نمایش برای دیگران نمایش دهد. در چنین جهانی، هر تعامل، جزئیات، و رویدادی بلافاصله قابل بازبینی است، گویی خودِ زندگی به یک آرشیو جامع و همیشه در دسترس بدل شده است.

شخصیت اصلی، لیام، قسمت را با جلسه ارزیابی شغلی آغاز می کند؛ جلسه ای که از ابتدا تا انتها ضبط و توسط کارفرمایان تحلیل می شود. او سپس در میهمانی شام شرکت می کند و همسرش، فیون، را می بیند که با مردی به نام جوناس با صمیمیتی قابل توجه گفتگو می کند. حسادت و بی اعتمادی بر لیام غلبه می کند و او به شکل وسواس گونه ای خاطرات همان شب و برخوردهای قبلی را بازپخش می کند تا نشانه ای از رابطه پنهانی میان فیون و جوناس بیابد.

هرچه لیام بیشتر خاطرات ضبط شده خود را مرور می کند، بیشتر در وسواس فرو می رود. او با تحت فشار قرار دادن فیون می کوشد «حقیقت» را از طریق بازپخش پیوسته گذشته اثبات کند. سرانجام، با توسل به تهدید و اجبار جسمی، جوناس را وادار می کند تا خاطرات ضبط شده خود از فیون را نشان دهد؛ افشاگری ای که در نهایت خیانت او را تایید می کند. قسمت با صحنه ای پایان می یابد که در آن لیام، کاملا تنها در خانه اش، لحظات صمیمانه گذشته با همسرش را بازبینی می کند و سپس تصمیمی دردناک می گیرد: ایمپلنت را از بدن خود بیرون بکشد.

این روایت جهانی را تصویر می کند که در آن هیچ لحظه ای هرگز فراموش نمی شود یا مجال محو شدن نمی یابد؛ جهانی که در آن حوزه خصوصی ـ حتا در صمیمی ترین روابط ـ در معرض بازبینی مداوم و بی وقفه قرار دارد. در چنین شرایطی، مفاهیم بنیادین اعتماد، حافظه، و حتا امکان ترمیم یک رابطه شکسته، به شکلی عمیق دگرگون می شوند.

«تمام تاریخ تو» از معدود قسمت های آینه سیاه است که بیونگ چول هان به طور مستقیم در

کتاب *بحران روایت* به آن اشاره می کند: «این قسمت جامعه ای ظاهرا بدیهی و غیرقابل پرسش را به تصویر می کشد که در آن همه افراد ایمپلنتی پشت گوش خود دارند که هر آنچه صاحب ایمپلنت می بیند و تجربه می کند ضبط می کند. هر آنچه دیده و ادراک شده است قابل بازپخش است؛ یا مستقیم برای صاحب ایمپلنت یا بر یک صفحه نمایش دیجیتال خارجی. برای مثال، در بازرسی امنیتی فرودگاه ممکن است ماموری از شما بخواهد رویدادهای یک بازه زمانی مشخص را بازپخش کنید. دیگر هیچ چیز پنهان نمی ماند. برای مجرمان پنهان کردن جرم غیرممکن می شود. می توان گفت انسان ها زندانی خاطرات خود هستند؛ دقیق تر آنکه، هنگامی که هر تجربه ای قابلیت تکرار داشته باشد، یادآوری ناممکن می شود.**(Han, ۲۰۲۴: ۴۳).**

هان در تحلیل این قسمت، ثبت بی نقص تمام رویدادها را درست در نقطه مقابل حافظه قرار می دهد. دلیل آن این است که حافظه دارای جنبه ای روایی است و با میل به روایت کردن، حذف و افزودن جزئیات، و نوعی فهم و تفسیر درهم تنیده است. از این رو، یکی از بحران های اصلی زیستن در جهان و جامعه شفاف، ناتوانی در شکل دادن به روایت است؛ وضعیتی که در نهایت به زیستن در زمانی غیراصیل می انجامد. هان در ادامه می نویسد:

«به یاد آوردن، تکرار مکانیکی تجربه های گذشته نیست. بلکه روایتی است که باید بارها و بارها بازگو شود. خاطرات ضرورتا کاستی هایی دارند؛ آن ها همزمان دربرگیرنده نزدیکی و فاصله اند. هنگامی که همه تجربه ها حاضر و فاقد فاصله باشند، یا به بیان دیگر همواره در دسترس باشند، یادآوری ناممکن می شود... جامعه ای که مورد پرسش قرار نمی گیرد پایان روایت و یادآوری است. روایت غیرقابل پرسش وجود ندارد. تنها اطلاعات و داده های شفاف وجود دارند. در صحنه پایانی «تمام تاریخ تو»، شخصیت اصلی تیغ ریش تراشی برمی دارد و ایمپلنت را از پشت گوش خود می برد.» (**Han, ۲۰۲۴, p: ۴۴**).

هان در *جامعه شفافیت* (۲۰۱۲) استدلال می کند که تبدیل شفافیت به ارزشی مطلق، نه تنها مرز میان حوزه عمومی و خصوصی را محو می کند، بلکه هر دو را دگرگون می سازد. جهان به تصویر کشیده شده در این قسمت این ایده را به شکلی افراطی به نمایش می گذارد: فناوری امکان ثبت پیوسته زندگی را فراهم می کند، به گونه ای که هر جزئیاتی می تواند بازبینی و نمایش داده شود. این نظارت فراگیر نه تنها از سوی نهادهای قدرت اعمال می شود، بلکه در

درون روابط شخصی نیز جریان دارد و در نتیجه، حوزه خصوصی را به قلمرویی ناممکن بدل می کند.

در چنین فضایی، اعتماد جای خود را به «راستی آزمایی مداوم» می دهد. لیام به جای پذیرش یا گفتگوی مستقیم با فیون، به آرشیو دیجیتال مراجعه می کند تا حقیقت را بیابد؛ حقیقتی که در قالب داده های بصری وجود دارد و هر بار دوباره بازپخش می شود.

حتی خود حافظه نیز به «دیگری» بدل می شود؛ دیگری ای که باید کاملا تحت سلطه و کنترل قرار گیرد. « **«Grain**این امکان را فراهم می کند که گذشته به طور کامل قابل تملک شود، و این دقیقا به معنای حذف دیگری در سطح زمان است: گذشته دیگر افقی گشوده برای تفسیر و فراموشی نیست، بلکه شیئی شفاف و منجمد است که می توان بارها و بارها آن را مورد بازجویی قرار داد.

به این ترتیب، «تمام تاریخ تو» نشان می دهد که شفافیت مطلق نه تنها حوزه خصوصی را نابود می کند، بلکه دیگری ـ خواه انسانی باشد یا زمانی ـ را به ابژه ای قابل کنترل فرو می کاهد.

این بازپخش پایان ناپذیر، زمان را از «شدن» به «بازگشت» تبدیل می کند. هان تاکید می کند که توانایی فراموش کردن، شرط ضروری تجربه آینده است. اما در جهان این قسمت، هر تجربه منفی یا مشکوک همواره حاضر و در دسترس است و سوژه را در چرخه ای تکراری گرفتار می کند. نه از آن رو که نمی تواند به یاد آورد، بلکه از آن رو که نمی تواند فراموش کند. لیام از طریق بازبینی مداوم، خود را از امکان پیش رفتن محروم می سازد.

از سوی دیگر، اگرچه روایت این قسمت بر بُعد شخصی فناوری تمرکز دارد، اما چنین ضبط و بازپخشی مستلزم زیرساختی عظیم از اقتصاد داده است؛ همان چیزی که هان در سایکوپولیتیک آن را بستر شکل گیری شکل های جدید سلطه می داند، جایی که اطلاعات به ابزاری برای کنترل روانی و رفتاری بدل می شود.

تحلیل «آرکنجل»

قسمت «آرکنجل» با رویدادی آغازین شروع می شود که موتور پیش برنده روایت است: دختری خردسال به نام سارا برای مدتی کوتاه از مادرش، ماری، جدا می شود و همین امر او را دچار وحشتی شدید می کند. هرچند کودک به سرعت پیدا می شود، این تجربه اضطراب آور ماری را

متقاعد می کند که از فناوری نوظهوری به نام « **«Arkangel**استفاده کند. این سامانه از یک ایمپلنت مغزی برای کودک و یک تبلت کنترلی برای والد تشکیل شده است. ایمپلنت به ماری اجازه می دهد مکان دقیق سارا را ردیابی کند، جهان را از طریق چشمان او ببیند، و حتی با استفاده از فیلترهای بصری هر تصویر یا صدایی را که ممکن است آزاردهنده یا آسیب زا باشد مسدود کند.

در سال های بعد، این فناوری به بخشی جدایی ناپذیر از زندگی سارا تبدیل می شود. هنگامی که او در زمین بازی با کودکی روبه رو می شود که به نظر تهدیدآمیز می آید، تصویر آن کودک برای او پیکسلی و محو می شود و صداها نیز خفه و مبهم به گوش می رسند. این «حفاظت» حتی به دیدن خون، صحنه های خشونت، یا حتا صدای پارس یک سگ نیز گسترش می یابد.

با گذشت زمان و بزرگ تر شدن سارا، ماری بنا به توصیه یک مشاور استفاده از «آرکنجل» را متوقف می کند. با این حال، چند سال بعد و هنگامی که سارا وارد دوران نوجوانی می شود و زندگی شخصی خود را شکل می دهد، اضطراب ماری دوباره بازمی گردد. او دستگاه را بار دیگر فعال می کند و به حریم خصوصی دخترش نفوذ می کند؛ نفوذی که از طریق آن شاهد ورود سارا به یک رابطه عاطفی، تجربه مواد مخدر و شرکت در مهمانی ها می شود. ماری که اکنون به این اطلاعات دسترسی دارد، به تدریج کنترل گرتر و مداخله جوتر می شود و از آرکنجل برای برهم زدن شدید زندگی دخترش استفاده می کند.

تنش میان مادر و دختر تا نقطه اوج داستان بالا می گیرد: هنگامی که سارا متوجه می شود مادرش پنهانی دوباره از آرکنجل استفاده کرده است، تبلت را برمی دارد و در اوج خشم با آن به شدت به ماری حمله می کند. قسمت با ترک خانه از سوی سارا پایان می یابد؛ در حالی که مادرش زخمی، مضطرب و کاملا تنها رها شده است.

در «آرکنجل»، شفافیت به معنای نظارت دائمی و بی وقفه بر زندگی یک فرد است، حتی در صمیمی ترین لحظات او. فناوری آرکنجل دقیقا همین کار را انجام می دهد: هر حرکت، تصویر و تجربه سارا به داده ای قابل دسترس برای مادرش تبدیل می شود و بدین ترتیب او از فضای شخصی لازم برای شکل دادن به هویت مستقل خود محروم می گردد.

این امر به روشنی در یکی از صحنه های ابتدایی نشان داده می شود؛ جایی که ماری در مسیر

روزانه خود در حال هل دادن کالسکه سارا از مقابل خانه ای عبور می کند. در حیاط آن خانه سگی بسته شده که پارس می کند و ممکن است برای کودک خردسال ترسناک باشد. ماری به سادگی با استفاده از تبلت خود تصویر و صدای سگ را از ادراک سارا فیلتر می کند.

در صحنه ای دیگر، هنگامی که پدربزرگ سارا (پدر ماری) دچار حمله ناگهانی قلبی می شود و بر زمین می افتد، سارا فرصت نجات او را از دست می دهد، زیرا برای محافظت از او در برابر تصاویر احتمالا ناخوشایند، دید او محو می شود. این شفافیت که ظاهرا برای «حفاظت» طراحی شده است، در عمل به حذف «دیگری» می انجامد. برای ماری، سارا دیگر «دیگری» ای با رازها، ناشناخته ها و مرزهای خاص خود نیست؛ او به نسخه ای شفاف، قابل پیش بینی و قابل کنترل از یک انسان تبدیل شده است. در چنین وضعیتی، مواجهه ای واقعی با دیگری ناممکن می شود، زیرا رابطه نه بر گفت وگو، اعتماد و کشف متقابل، بلکه بر نظارت یک سویه و مداخله استوار است.

حتی ویژگی فیلتر کردن در آرکنجل ـ که محتوای خشن، ترسناک یا آزاردهنده را محو می کند ـ نیز شکل دیگری از حذف دیگری را نشان می دهد. در اینجا «دیگری» تنها به معنای یک شخص نیست، بلکه هر تجربه بیگانه یا ناآشنایی را دربرمی گیرد که می تواند در شکل گیری رشد روانی و عاطفی فرد نقش داشته باشد. هان هشدار می دهد که حذف چنین تجربه هایی، هرچند با نیت محافظت انجام شود، در نهایت به نوعی فقر وجودی می انجامد، زیرا فرد دیگر با جهان در تنوع و کلیت واقعی آن روبه رو نمی شود.

در این قسمت، این حذف تدریجی سبب می شود سارا ـ که از تجربه های منفی محافظت شده است ـ درکی کامل و واقع بینانه از خطر، آسیب یا حتا تنش های عادی زندگی روزمره نداشته باشد. هنگامی که او سرانجام با واقعیت مواجه می شود، برای مثال در مواجهه با یک رابطه عاطفی یا درگیری با مادرش، واکنش او شدید، مخرب و خشونت آمیز است. این دقیقا همان پیامدی است که هان در «جامعه شفافیت» توصیف می کند: روابط و تجربه هایی که فاقد فاصله و رازآلودگی هستند، ذاتا شکننده و آسیب پذیر می شوند.

افزون بر این، سرکوب و عدم دسترسی به این محتوای آزاردهنده باعث می شود سارا در دوران نوجوانی بسیار شدیدتر از همسالان خود به دنبال آن برود. او پیوسته از دانش آموزان دیگر می

خواهد ویدئوهای خشونت آمیزی را که دیده اند برای او توصیف کنند. ماری با حذف محتوایی که ظاهرا ناخوشایند است، به شکلی متناقض به آن هاله ای جادویی می بخشد؛ هاله ای که در جامعه دیجیتالیِ اَبَرشفاف معمولا از میان می رود. در یکی از صحنه ها، سارا از یک همکلاسی می خواهد یک ویدئوی خشونت آمیز را برای او توصیف کند. اما هر قدر هم که پسر آن را به شکلی گرافیکی توضیح می دهد، حتا توصیف کلامی او نیز فیلتر شده و برای سارا نامحسوس می شود، و او فقط با حیرت به او خیره می ماند. بعدها، هنگامی که مشاور به ماری توصیه می کند فیلتر بصری را غیرفعال کند، سارا نخستین فرصت خود در مدرسه را غنیمت می شمارد تا همان همکلاسی را پیدا کند و از او بخواهد ویدئوها را برایش پخش کند.

این قسمت همچنین می تواند به مثابه استعاره ای برای مفهوم «خشونت مثبت» نزد هان تفسیر شود. محتوای ناخوشایند، صرف نظر از میزان خشونت آن، خود در معرض نوعی خشونت مثبت قرار می گیرد تا تصویری بی نقص، یکنواخت و صیقلی از جهان به سارا ارائه شود. فناوری آرکنجل تجسم آشکار همین سازوکار است: ماری با انگیزه های مادری و میل به تضمین امنیت دخترش، او را در نظامی قرار می دهد که نه تنها نظارتی کامل اعمال می کند، بلکه تجربه های بالقوه آزاردهنده را نیز به شکلی نظام مند حذف می کند.

هان این منطق را در کتاب های *جامعه تسکینی* (***The Palliative Society***) و *نجات زیبایی* (***Saving Beauty***) بسط می دهد و نشان می دهد که فرهنگ معاصر با شدتی فزاینده به سوی حذف رنج و ناملایمات حرکت می کند، حتی اگر این حذف به قیمت فقر تجربه و آسیب پذیری روانی تمام شود. آرکنجل دقیقا همین نقش را ایفا می کند: هر تصویری از خشونت، صداهای بلند، یا حتا دیدن خون یک حیوان فیلتر می شود تا سارا در حبابی کاملا امن رشد کند. تراژدی آنجاست که سارا حتی قادر نیست خون جاری از زخم های جسمی خود را ببیند.

بُعد مهم دیگر در «آرکنجل» ارتباط پنهان آن با اقتصاد داده است. اگرچه این قسمت عمدتا بر رابطه در سطح خرد میان مادر و دختر تمرکز دارد، اما چنین فناوری ای تنها در صورتی عمل می کند که داده های بصری، شنیداری و مکانی سارا به طور مداوم استخراج، ذخیره و پردازش شوند. این دقیقا همان زیرساختی است که راه را برای شکل های جدید سلطه هموار می کند؛ جایی که اطلاعات شخصی نه صرفا برای امنیت، بلکه به عنوان منبعی برای ارزش اقتصادی و

ابزاری عمیق برای کنترل اجتماعی مورد استفاده قرار می گیرد.
افزون بر این، خود عمل قرار دادن یک دوربین درون سر یک سوژه برای مشاهده همه آنچه تجربه می کند ـ که در نهایت با هدف هدایت تمایلات او و نظارت بر درونی ترین لایه های ذهنی اش انجام می شود ـ بازنمایی مستقیم همان نظارت ظریف و درونی شده ای است که هان در *سایکوپولیتیک* درباره آن سخن می گوید.
به صورت استعاری، رابطه نظارت مطلق سارا و ماری از طریق این فناوری بازتاب میل فراگیر نظام های قدرت مدرن برای دستیابی به داده های تمام عیار درباره افراد است. این نظام ها خود را خیرخواهانه معرفی می کنند و ادعا دارند که تنها برای حفاظت از کاربران یا ارائه خدمات بهینه داده جمع آوری می کنند. اما در عمل، هنگامی که فرصت فراهم شود، از این داده ها برای محدود کردن سوژه و پیشبرد منافع کلان خود بهره می گیرند. این وضعیت در روایت زمانی بازتاب می یابد که ماری پس از آگاهی از رابطه خصوصی سارا، با دوست پسر او روبه رو می شود و به طور یک جانبه او را از دیدن دخترش منع می کند. در نهایت، ماری که نمی تواند در برابر وسوسه سرمست کننده قدرت نظارتی که به او واگذار شده مقاومت کند، با مداخله تهاجمی در زندگی خصوصی سارا فاجعه ای را رقم می زند.
«آرکنجل» هشداری تکان دهنده درباره این واقعیت است که چگونه همگرایی شفافیت افراطی، حذف دیگری، فرهنگ تسکینی و زیرساخت های پنهان اقتصاد داده، محیطی ایجاد می کند که در آن مراقبت به ابزاری برای کنترل تبدیل می شود و حفاظت خود به منبعی برای آسیب عمیق بدل می گردد. این قسمت به شکلی درخشان نشان می دهد که حتی صمیمی ترین روابط نیز اگر بر اعتماد متقابل و پذیرش شجاعانه جنبه های منفی زندگی استوار نباشند، در نهایت زیر وسوسه فریبنده شفافیت مطلق فرو خواهند پاشید.

٦. بحث و نتیجه گیری

فناوری های دیجیتالی در عصر معاصر به عنوان ابزارهای نوین کنترل در قالب «خشونت مثبت» عمل می کنند. سریال «آینه سیاه» به خوبی نشان می دهد که انسان مدرن در یک سراسربین دیجیتالی گرفتار شده است؛ وضعیتی که در آن مرز میان آزادی و بردگی از میان می رود و افراد

به شکلی داوطلبانه به خوداستثمارگری می پردازند. شفافیت مطلق و فقدان امکان فراموشی، روان انسان را فرسوده و تخریب می کند. رهایی از این وضعیت مستلزم آگاهی از این روان سیاست پنهان، بازپس گیری حق فراموشی و پنهان سازی، و پذیرش نقص ها و تاریکی های وجود انسانی به عنوان بخشی جدایی ناپذیر از زندگی طبیعی است.

فراتر از جمع بندی تقاطع های مفهومی میان فلسفه بیونگ چول هان و «آینه سیاه»، این پژوهش دستاوردهای مشخصی برای حوزه های میان رشته ای مختلف ارائه می دهد. در قلمرو فلسفه رسانه، این مقاله مفاهیم بسیار نظری هان ـ مانند روان سیاست، خشونت مثبت و سراسربین دیجیتالی ـ را به صورت عملیاتی به کار می گیرد و نشان می دهد که این مفاهیم چگونه در قالب تصویری و روایی متجلی می شوند. این پژوهش تاکید می کند که رسانه های دیجیتالی صرفا ابزارهای منفعل نیستند، بلکه نیرویی هستی شناختی به شمار می روند که به شکلی بنیادین سوژگی انسان و نحوه ادراک او از جهان را بازآرایی می کنند.

علاوه بر این، این تحلیل مداخله ای مهم در نظریه فیلم و تلویزیون درباره تحول ژانر دیستوپیا ارائه می دهد. این پژوهش نشان می دهد که پارادایمی اساسی در حال شکل گیری است: فاصله گرفتن از الگوهای سنتی اورولیِ اقتدارگرایی بیرونی و دولتی، و حرکت به سوی نوعی دیستوپیای کاملا معاصر که با خوداستثمارگری داوطلبانه، نظارت زیبایی شناسانه و انقیاد بازی گونه مشخص می شود. از این منظر، «آینه سیاه» نه صرفا یک اثر علمی تخیلی، بلکه متنی واقع گرای انتقادی درباره عصر دیجیتال به شمار می آید.

در نهایت، در حوزه مطالعات فرهنگی، این پژوهش لایه های روانشناختی فرهنگ دیجیتالی سرمایه داری متاخر را آشکار می کند. با واکاوی کالاوارگی تایید اجتماعی («سقوط آزاد»)، حافظه («تمام تاریخ تو»)، کار («پانزده میلیون امتیاز») و مراقبت خانوادگی («آرکنجل»)، این مطالعه نشان می دهد که چگونه الزامات نئولیبرالی به درونی ترین ابعاد زندگی انسانی نفوذ می کنند. در نهایت، این تحلیل نشان می دهد که سوژه معاصر به شکلی نظام مند به پروژه ای فرسوده و همواره در حال بهینه سازی تبدیل می شود؛ سوژه ای که در توهم آزادی مطلق گرفتار شده است.

۷. منابع

- فوکو، میشل. (۱۳۸۰). **مراقبت و تنبیه: زایش زندان** (ن. سرخوش و ا. جهاندیده، مترجمان). تهران: نشر نی.

- رجبی، محسن و نصراللهی، محمدصادق.(۱۴۰۲). پیامد شناسی فرهنگی توسعه هوش مصنوعی در رسانه های اجتماعی در ایران، **فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران**، دوره۱۶ ، شماره۲ ، تهران

- طاهری، محمدحسین.(۱۴۰۴). تاثیر الگوریتم های هوش مصنوعی بر شکل گیری هویت مجازی در شبکه های اجتماعی،**پنجمین کنفرانس بین المللی پژوهش های مدیریت، تعلیم و تربیت در آموزش و پرورش**، تهران

-Crawford, K. (۲۰۲۱). **Atlas of AI: Power, Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence**. Yale University Press.

-Deleuze, G. (۱۹۹۲). **Postscript on the Societies of Control**. October, ۵۹, ۳-۷.

-Han, B.-C. (۲۰۱۵a). **The Burnout Society**. Stanford University Press.

-Han, B.-C. (۲۰۲٤). The crisis of narration (D. Steuer, Trans.). Polity Press.

-Han, B.-C. (۲۰۱۵b). **The Transparency Society**. Stanford University Press.

-Han, B.-C. (۲۰۱۸a). Topology of violence. (A. DeNolf, Trans.). MIT Press.

-Han, B.-C. (۲۰۱۷). **Psychopolitics: Neoliberalism and New Technologies of Power**. Verso Books.

-Han, B.-C. (۲۰۱۸b). **Saving Beauty** (D. Steuer, Trans.). Polity.

-Rosen, C. (۲۰۲۰). **The Extinction of Experience: Being Human in a Disembodied World**. W. W. Norton & Company.

-Shamayleh, G. (۲۰۲۵). **Pawsitive vibes: The science behind cute animal content**. ESSEC Knowledge. Retrieved from https://knowledge.essec.edu/en/podcasts/pawsitive-vibes-science-behind-

cute-animal-content.html

-Srnicek, N. (۲۰۱۷). **Platform Capitalism**. Polity Press.

-Williams, J. (۲۰۱۸**). Stand Out of Our Light: Freedom and Resistance in the Attention Economy**. Cambridge University Press.

-Zuboff, S. (۲۰۱۹). **The Age of Surveillance Capitalism**: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. PublicAffairs

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ٦۰۹-۵۸۰
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

تبیین مدل توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی با تأکید بر ظرفیت‌های استان گلستان

محمد احمری[۱]
سید محمدرضا حسینی[۲]
پرویز سعیدی[۳]
سامره شجاعی[٤]

(تاریخ دریافت ۱۴۰۵/۴/۱۰ - تاریخ تصویب ۱۴۰۵/۵/۲۵)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
توسعه کارآفرینی در گردشگری میراث فرهنگی نقش مهمی در بهره‌برداری از ظرفیت‌های تاریخی و فرهنگی و ایجاد فرصت‌های اقتصادی پایدار دارد. با توجه به وجود ظرفیت‌های قابل توجه میراث فرهنگی در استان گلستان و در عین حال فاصله میان ظرفیت‌های بالقوه و وضعیت

[۱]- گروه مدیریت ، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.
[۲]- گروه مدیریت ، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران (نویسنده مسئول)
mehran۱۳۵۱@iau.ac.ir
[۳]- گروه مدیریت ، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.
[۴]- گروه مدیریت ، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

بهره‌برداری موجود، هدف پژوهش حاضر تبیین مدل توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی با تأکید بر ظرفیت‌های استان گلستان بود. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، آمیخته اکتشافی است. در گام نخست، شناسایی مؤلفه‌ها با استفاده از راهبرد نظریه داده‌بنیاد به صورت نظام‌مند انجام گرفت. انتخاب مشارکت‌کنندگان با بهره‌گیری از نمونه‌گیری هدفمند قضاوتی آغاز و در ادامه بر اساس منطق «نمونه‌گیری نظری» جهت تبیین و بسط ویژگی‌های مقوله‌های در حال ظهور، تا دستیابی به اشباع نظری تداوم یافت. بدین منظور، ۱۷ مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته با خبرگان دانشگاهی و اجرایی انجام شد. سپس در گام دوم برای ارائه مدل از روش مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شد. جامعه آماری شامل ۳۸۰ نفر از مدیران و کارشناسان حوزه گردشگری و میراث فرهنگی استان گلستان بود که ۱۶۸ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. یافته‌های بخش کیفی نشان داد که مدل توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی در استان گلستان شامل ۵۹ مؤلفه در قالب ۹ بعد (فردی، محیطی، ساختاری، حاکمیتی، فرهنگی، اجتماعی، ارتباطی، اقتصادی و فناورانه) است. همچنین نتایج بخش کمی بیانگر آن است که این ابعاد به ترتیب با ضرایب ۰/۸۰۰، ۰/۸۵۶، ۰/۷۵۳، ۰/۸۸۱، ۰/۸۷۹، ۰/۸۶۱، ۰/۸۸۵، ۰/۸۶۱ و ۰/۸۴۲ بر تبیین مدل توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی تأثیرگذار هستند. در مجموع، نتایج پژوهش بر ضرورت توجه هم‌زمان به ابعاد مختلف و بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی و تاریخی استان گلستان در قالب رویکردی یکپارچه در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری تأکید دارد؛ امری که می‌تواند زمینه‌ساز تقویت کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری میراث فرهنگی در این استان باشد.

کلید واژه‌ها: توسعه،کارآفرینی،گردشگری،میراث فرهنگی.

مقدمه

امروزه کارآفرینی گردشگری به عنوان یکی از پیشران‌های اصلی رشد اقتصادی و توسعه پایدار شناخته می‌شود (سلیم و انیس[۱]،۲۰۲۱). بسیاری از پژوهشگران بر این باورند که رشد و توسعه پایدار گردشگری در هر مقصد، به میزان قابل توجهی به سطح توسعه کارآفرینی در آن وابسته است و بدون توجه به سازوکارهای تقویت کارآفرینی، تحقق توسعه بلندمدت گردشگری امکان‌پذیر نخواهد بود (فردوسی و همکاران، ۱۴۰۴). در این میان، گردشگری میراث فرهنگی به عنوان یکی از حوزه‌های رو به رشد صنعت گردشگری، جایگاه ویژه‌ای در میان پژوهشگران، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان یافته است (ژانگ[۲] و همکاران، ۲۰۲۳). این نوع گردشگری با تکیه بر دارایی‌های تاریخی، فرهنگی و هویتی، نه‌تنها در حفظ و احیای میراث فرهنگی نقش‌آفرین است، بلکه به عنوان یکی از محرک‌های مهم توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه نیز مطرح می‌شود (ایشاه[۳]، ۲۰۲۳). با وجود این، شواهد نشان می‌دهد که در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، از جمله ایران، بهره‌گیری از ظرفیت‌های گردشگری میراث فرهنگی در قالب فعالیت‌های کارآفرینانه با چالش‌های متعددی مواجه است. عواملی همچون ضعف سیاست‌گذاری، کمبود منابع مالی، فقدان آموزش‌های تخصصی، پیچیدگی‌های قانونی و اداری، ناهماهنگی نهادی، بازاریابی ناکارآمد، ضعف زیرساخت‌های گردشگری و کمبود رویکردهای نوآورانه، از جمله موانعی هستند که توسعه کارآفرینی در این حوزه را محدود ساخته‌اند (معاون و همکاران، ۱۴۰۳). از این‌رو، توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی، مستلزم توجه هم‌زمان به مجموعه‌ای از عوامل فردی، ساختاری، نهادی، فرهنگی و اقتصادی است که به صورت تعاملی بر یکدیگر اثر می‌گذارند (بوجیدا و دیباغ[۴]، ۲۰۲۵). بررسی ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که اگرچه مطالعات متعددی به شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی گردشگری یا

---

۱ -Salim & Anis

۲- Zhang

۳- Aisyah

۴- Boujida & Debbagh

مدیریت میراث فرهنگی پرداخته‌اند، اما اغلب این پژوهش‌ها رویکردی پراکنده داشته و کمتر به ارائه یک چارچوب جامع و نظام‌مند برای تبیین ابعاد توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی پرداخته‌اند. در نتیجه، درک منسجمی از ابعاد کلیدی، مؤلفه‌های اثرگذار و نحوه تعامل میان آن‌ها در قالب یک مدل مفهومی یکپارچه وجود ندارد. این خلأ پژوهشی می‌تواند فرآیند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در حوزه توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی را با ابهام و ناکارآمدی مواجه سازد. در این میان، استان گلستان با برخورداری از ظرفیت‌های متنوع تاریخی و فرهنگی، از جمله برج قابوس (ثبت‌شده در فهرست میراث جهانی یونسکو)، دیوار تاریخی گرگان، بافت‌های تاریخی ارزشمند، تنوع قومیتی و فرهنگی و قرارگیری در مسیر تاریخی جاده ابریشم، از قابلیت‌های چشمگیری برای توسعه گردشگری میراث فرهنگی و شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه برخوردار است. با این حال، شواهد حاکی از آن است که این استان هنوز نتوانسته است به‌طور مطلوب از این ظرفیت‌ها در راستای توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی بهره‌برداری کند و نوعی شکاف میان ظرفیت‌های بالقوه و وضعیت تحقق‌یافته مشاهده می‌شود. بر این اساس، تبیین یک مدل جامع توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی با تأکید بر ظرفیت‌های استان گلستان، می‌تواند چارچوبی تحلیلی برای شناسایی ابعاد کلیدی، تبیین روابط میان آن‌ها و هدایت سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه‌ای فراهم آورد. از این‌رو، پژوهش حاضر در پی آن است که با رویکردی نظام‌مند، مدل توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی در استان گلستان را تبیین کند و ابعاد و مؤلفه‌های اثرگذار بر آن را شناسایی و تحلیل نماید. بر این مبنا، سؤال اصلی پژوهش عبارت است از: مدل توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی با تأکید بر ظرفیت‌های استان گلستان دارای چه ابعادی است و این ابعاد چگونه قابل تبیین و تحلیل‌اند؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

توسعه کارآفرینی به مجموعه‌ای از سیاست‌ها، برنامه‌ها و سازوکارهای عمومی و خصوصی اطلاق می‌شود که با هدف تسهیل، تسریع و حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه طراحی و اجرا می‌شوند. این مفهوم ناظر بر افزایش فرصت‌های کارآفرینی، تقویت انگیزه و تمایل شهروندان

برای ورود به فعالیت‌های نوآورانه، ارتقای توانمندی آنان در اجرای فرایند کارآفرینی و ایجاد سازوکارهای حمایتی و هدایتی برای پایداری این فعالیت‌هاست (باصولی و همکاران، ۱۴۰۰). در این میان، توسعه کارآفرینی و گردشگری رابطه‌ای متقابل و تقویت‌کننده دارند؛ به‌گونه‌ای که بسیاری از موانع توسعه گردشگری ـ از جمله ضعف سیاست‌ها و قوانین، کمبود زیرساخت‌ها، محدودیت‌های مالی، موانع بین‌المللی، ناهماهنگی نهادی و چالش‌های فرهنگی ـ از طریق ایجاد بستر مناسب برای ظهور و رشد کارآفرینان گردشگری قابل کاهش است (خانی و همکاران، ۱۴۰۴). پیوند میان کارآفرینی و گردشگری حوزه‌ای نوظهور را در ادبیات علمی شکل داده است که از آن با عنوان «کارآفرینی گردشگری» یاد می‌شود (سویت[۱]،۲۰۲۳). این حوزه به‌عنوان عرصه‌ای میان‌رشته‌ای و دانش‌بنیان، نقش مهمی در تقویت نوآوری، ارتقای تاب‌آوری و پیشبرد توسعه اقتصادی پایدار در صنعت گردشگری ایفا می‌کند (لکوویک[۲]،۲۰۲۵).در این میان، گردشگری میراث فرهنگی یکی از مهم‌ترین گونه‌های گردشگری است که با تکیه بر دارایی‌های تاریخی، هنری، هویتی و فرهنگی جوامع، ظرفیت بالایی برای خلق ارزش افزوده و شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه بومی دارد (لی[۳] و همکاران،۲۰۲۳). این نوع گردشگری شامل هرگونه سفر و فعالیتی است که با هدف بازدید از آثار و محوطه‌های تاریخی، تجربه هنرها و آیین‌های فرهنگی، آشنایی با سبک‌های زندگی، سنت‌ها، صنایع دستی، موسیقی و سایر جلوه‌های میراث فرهنگی ملموس و ناملموس انجام می‌شود (لاک[۴] و همکاران،۲۰۲۰). مرور پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که مطالعات متعددی به بررسی ابعاد مختلف توسعه کارآفرینی گردشگری پرداخته‌اند. معاون و همکاران (۱۴۰۳) راهکارهای بازاریابی، منابع انسانی و زیرساختی را از مهم‌ترین عوامل بهبود گردشگری میراث فرهنگی در ایران معرفی کردند. خشایاری و همکاران (۱۴۰۳) نیز در طراحی مدل شناسایی فرصت‌های کارآفرینی، بر عواملی

۱- Thuyet

۲ -Leković

۳ -Li

۴- Lak

چون آموزش مهارت‌های کارآفرینی، تأمین منابع مالی، زیرساخت‌های اساسی، عوامل محیطی و استراتژیک، ویژگی‌های فردی، شبکه‌های اجتماعی، اصلاح قوانین و ظرفیت‌سازی کارآفرینانه تأکید کردند. همچنین کمری و همکاران (۱۴۰۲) نقش عوامل مالی، زیرساختی، فرهنگی، اقتصادی، بازاریابی، آموزشی، قانونی ـ اداری و اجتماعی را در ایجاد فرصت‌های گردشگری فرهنگی برجسته ساختند. در حوزه مشارکت ذی‌نفعان و بسترهای توسعه نیز، بهادری و همکاران (۱۴۰۱) ابعاد روان‌شناختی، اجتماعی ـ فرهنگی، اقتصادی، نهادی ـ سیاسی، محیطی ـ جغرافیایی و تکنولوژیک را مؤثر دانستند. حاج‌آقامیر و همکاران (۱۴۰۰) شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و زمینه‌ای را پیش‌برنده گردشگری فرهنگی معرفی کردند. باصولی و همکاران (۱۴۰۰؛ ۱۳۹۸) نیز عوامل ساختاری، رفتاری و شرایط محیطی را در توسعه کارآفرینی گردشگری فرهنگی تعیین‌کننده دانستند. در حوزه میراث ناملموس، میرواحدی و قائدی‌ها هونجانی (۱۳۹۹) تأکید کردند که کارآفرینی در این عرصه باید همزمان با رویکرد حفاظتی و با حمایت دولت دنبال شود. در سطح بین‌المللی نیز چان[۱] و همکاران (۲۰۲۴) بر اهمیت اکوسیستم کارآفرینی و شبکه‌های ارتباطی در سایت‌های میراث فرهنگی تأکید کرده‌اند و یو[۲] (۲۰۲۳) الگوهای متنوع توسعه گردشگری مبتنی بر میراث ناملموس را معرفی کرده است.

با وجود پیشینه نسبتاً غنی در حوزه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی، مرور انتقادی مطالعات پیشین نشان می‌دهد که بخش عمده پژوهش‌ها یا به شناسایی منفرد برخی عوامل اثرگذار بسنده کرده‌اند یا روابط میان شمار محدودی از متغیرها را عمدتاً در قالب مدل‌های از پیش مفروض بررسی کرده‌اند. ازاین‌رو، خلأ موجود در ادبیات بیش از آنکه به نبود عوامل کاملاً جدید مربوط باشد، ناظر بر فقدان چارچوبی یکپارچه، بومی و زمینه‌مند است که هم سازوکار شکل‌گیری و هم‌افزایی عوامل را در توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی تبیین کند و هم به‌صورت تجربی قابلیت آزمون و اعتبارسنجی داشته باشد. این خلأ به‌ویژه در مطالعات ناظر

---

[۱] -Chan

[۲] -Yu

بر استان‌ها و مناطق دارای ویژگی‌های تاریخی، فرهنگی و اجتماعی متمایز آشکارتر است. در این میان، استان گلستان به‌واسطه برخورداری از ظرفیت‌های برجسته‌ای همچون برج قابوس، دیوار تاریخی گرگان، تنوع قومیتی، آیین‌های بومی، صنایع دستی و موقعیت جغرافیایی ویژه، بستر مناسبی برای مطالعه زمینه‌مند این پدیده فراهم می‌آورد. بر این اساس، پژوهش حاضر با اتخاذ طرح آمیخته اکتشافی، در گام نخست با بهره‌گیری از راهبرد داده‌بنیاد به شناسایی و مقوله‌بندی نظام‌مند ابعاد و مؤلفه‌های اثرگذار در بستر استان گلستان می‌پردازد و در گام دوم، بر مبنای مدل برآمده از داده‌های کیفی، روابط میان سازه‌ها را از طریق مدل‌یابی معادلات ساختاری آزمون و اعتبارسنجی می‌کند. بنابراین، ارزش افزوده پژوهش حاضر نه در معرفی فهرستی کاملاً بدیع از عوامل، بلکه در (۱) استخراج زمینه‌مند سازه‌ها و منطق ارتباطی آن‌ها از دل داده‌های میدانی، (۲) یکپارچه‌سازی آن‌ها در قالب یک مدل منسجم، و (۳) آزمون تجربی و ارائه شواهد کمی برای اعتبار مدل در بستر استان گلستان نهفته است؛ امری که می‌تواند علاوه بر تقویت تبیین نظری، پشتوانه‌ای معتبرتر برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی محلی و منطقه‌ای فراهم سازد.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش با رویکرد آمیخته اکتشافی (کیفی–کمی) انجام شده است. در گام نخست، شناسایی مؤلفه‌ها با استفاده از راهبرد نظریه داده‌بنیاد به صورت نظام‌مند انجام گرفت. مشارکت‌کنندگان پژوهش در هر گام نخست شامل ۱۷ نفر از خبرگان بودند که از میان اساتید و اعضای هیئت علمی رشته‌های مدیریت، کارآفرینی و گردشگری و نیز مدیران و معاونان اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گلستان انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری، هدفمند از نوع قضاوتی بود؛ زیرا هدف پژوهش تعمیم آماری یافته‌ها به کل جامعه نبود، بلکه کشف و تبیین ابعاد پدیده بر اساس دیدگاه افراد آگاه و صاحب‌نظر مدنظر قرار داشت. معیارهای انتخاب خبرگان شامل برخورداری از تخصص علمی یا تجربه اجرایی مرتبط با حوزه کارآفرینی، گردشگری یا مدیریت میراث فرهنگی، آشنایی کافی با موضوع پژوهش، توانایی ارائه تحلیل تخصصی، داشتن حداقل ۱۰ سال سابقه علمی یا اجرایی، تمایل به مشارکت آگاهانه و آمادگی برای انجام مصاحبه تخصصی بود. در مورد مدیران

اجرایی، داشتن سابقه مدیریت یا معاونت در اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، و در مورد اعضای هیئت علمی، داشتن سابقه تدریس، پژوهش یا انتشار آثار علمی در حوزه‌های مرتبط، از معیارهای اصلی انتخاب به شمار می‌رفت. بنابراین، انتخاب مشارکت‌کنندگان با بهره‌گیری از نمونه‌گیری هدفمند قضاوتی آغاز و در ادامه بر اساس منطق «نمونه‌گیری نظری» جهت تبیین و بسط ویژگی‌های مقوله‌های در حال ظهور، تا دستیابی به اشباع نظری تداوم یافت. بدین منظور، ۱۷ مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته با خبرگان دانشگاهی و اجرایی انجام شد. مصاحبه‌ها به‌صورت حضوری، عمیق و نیمه‌ساختاریافته انجام شد و هر مصاحبه به‌طور متوسط ۳۰ تا ۴۰ دقیقه به طول انجامید. داده‌های حاصل پس از پیاده‌سازی کامل، در چند مرحله تحلیل شدند و در نهایت، مفاهیم، مؤلفه‌ها و مقوله‌های اصلی استخراج گردیدند. به‌منظور ارزیابی کیفیت یافته‌های کیفی، از معیارهای اعتمادپذیری لینکولن و گوبا (۱۹۸۲) شامل باورپذیری، انتقال‌پذیری، اتکاپذیری و تأییدپذیری استفاده شد. برای افزایش باورپذیری، گردآوری و تحلیل داده‌ها به‌صورت هم‌زمان انجام گرفت و کدها و مقوله‌ها در چند مرحله بازبینی شدند. همچنین بخشی از یافته‌ها در اختیار تعدادی از مشارکت‌کنندگان قرار گرفت تا میزان انطباق آن‌ها با دیدگاه‌های خبرگان بررسی شود. برای افزایش انتقال‌پذیری نیز ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان، زمینه پژوهش و مراحل انجام مطالعه به‌طور شفاف گزارش شد. علاوه بر این، تمامی مراحل گردآوری داده‌ها و فرایند تحلیل به‌صورت مستند ثبت شد تا اتکاپذیری و تأییدپذیری یافته‌ها تقویت شود. برای بررسی پایایی تحلیل کیفی، از روش توافق میان کدگذاران استفاده شد. بدین منظور، حدود ۳۰ درصد از متن مصاحبه‌ها به‌طور مستقل توسط دو کدگذار تحلیل و میزان توافق با استفاده از ضریب کاپای کوهن محاسبه شد. مقدار این ضریب ۰/۶۸ به‌دست آمد که نشان‌دهنده سطح توافق قابل قبول میان کدگذاران و حاکی از پایایی مناسب فرایند کدگذاری است. سپس در گام دوم برای ارائه مدل از روش مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار اسمارت پی ال اس[۱] استفاده شد. جامعه آماری شامل ۳۸۰ نفر از مدیران و

---

[۱] -SmartPLS

کارشناسان حوزه گردشگری میراث فرهنگی استان گلستان بود که بر اساس جدول کرجسی و مورگان، تعداد ۱۶۸ نفر به عنوان حجم نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. در این پژوهش، مرحله کمی بر پایه نتایج مرحله کیفی طراحی شد. بدین‌منظور، پس از انجام مصاحبه با خبرگان حوزه میراث فرهنگی، گردشگری و کارآفرینی در استان گلستان، داده‌ها از طریق کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شدند. کدهای اولیه استخراج‌شده، پس از تجمیع و طبقه‌بندی، به مقوله‌های فرعی و سپس به ابعاد اصلی مدل توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی تبدیل شدند. در گام بعد، هر بعد به‌عنوان یک سازه قابل سنجش تعریف شد و گویه‌های پرسشنامه با اتکا به کدها و مقوله‌های متناظر آن طراحی گردید. از این‌رو، پرسشنامه نهایی حاصل یک فرایند منسجم و قابل ردیابی از داده‌های خام کیفی تا شاخص‌های کمی بوده است. این پرسشنامه شامل دو بخش بود: بخش نخست مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان (از جمله جنسیت و سطح تحصیلات) و بخش دوم شامل سؤالات مربوط به متغیرهای استخراج‌شده از مرحله کیفی پژوهش بود. پرسشنامه به صورت بسته و بر اساس مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت (از کاملاً موافقم = ۵ تا کاملاً مخالفم = ۱) طراحی شد. برای سنجش پایایی ابزار پژوهش از شاخص‌های ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (**CR**) و برای ارزیابی روایی همگرا از شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده (**AVE**) ،روایی محتوایی(**CVR/CVI**) و برای بررسی روایی واگرا از روش فورنل و لارکر استفاده گردید. به‌منظور ارزیابی برازش مدل نیز از شاخص‌های **R** و **Q** بهره گرفته شد.

یافته‌های پژوهش

پیش از ورود به بخش یافته‌های پژوهش، ویژگی جمعیت‌شناختی خبرگان بخش کیفی و نمونه آماری بخش کمی به ترتیب در جداول ۱ و ۲ ارائه گردیده است.

جدول ۱- ویژگی جمعیت شناختی نمونه آماری در بخش کیفی

ردیف	عنوان خبره مصاحبه شده	جنسیت	رشته تحصیلی	مدرک و رتبه دانشگاهی
۱	عضو هیات علمی	مرد	مدیریت دولتی	دکتری-استادیار
۲	عضو هیات علمی	مرد	کارآفرینی	دکتری-استادیار
۳	عضو هیات علمی	مرد	مدیریت دولتی	دکتری-استادیار
۴	عضو هیات علمی	مرد	مدیریت گردشگری	دکتری-استادیار
۵	عضو هیات علمی	مرد	مدیریت دولتی	دکتری-استادیار
۶	عضو هیات علمی	زن	کارآفرینی	دکتری-استادیار
۷	عضو هیات علمی	زن	مدیریت دولتی	دکتری-استادیار
۸	عضو هیات علمی	زن	مدیریت گردشگری	دکتری-استادیار
۹	عضو هیات علمی	زن	کارآفرینی	دکتری-استادیار
۱۰	عضو هیات علمی	زن	مدیریت گردشگری	دکتری-استادیار
۱۱	عضو هیات علمی	مرد	مدیریت گردشگری	فوق لیسانس
۱۲	عضو هیات علمی	مرد	مدیریت مالی	فوق لیسانس
۱۳	عضو هیات علمی	مرد	مدیریت دولتی	دکتری
۱۴	مدیرکل	مرد	مدیریت دولتی	دکتری

۱۵	معاون میراث فرهنگی	مرد	مدیریت دولتی	فوق لیسانس
۱۶	معاون گردشگری	مرد	مدیریت دولتی	فوق لیسانس
۱۷	معاون سرمایه گذاری	مرد	مدیریت مالی	فوق لیسانس

جدول ۲- ویژگی جمعیت شناختی نمونه آماری در بخش کمی

ویژگی	شرح	تعداد
جنسیت	مرد	۱۰۶
	زن	۶۲
میزان تحصیلات	کارشناسی	۷۱
	کارشناسی ارشد	۵۵
	دکتری	۴۲
	مجموع	۱۶۸ نفر

در ادامه نمونه‌ای از متن مصاحبه‌ها آورده شده است:

جدول ۳- نمونه ای از مصاحبه های انجام شده

عبارت استخراج شده (نکات کلیدی)	کدگذاری اولیه (باز)
بسیاری از مناطق دارای ظرفیت تاریخی بالا هستند، اما به دلیل ضعف زیرساختی، امکان شکل‌گیری کسب‌وکارهای گردشگری در آن‌ها فراهم نشده است.	فرآهم نمودن تسهیلات زیرساختی و ارتباطی،
حفاظت از میراث فرهنگی اساس شکل‌گیری گردشگری پایدار است.	تلاش جهت نگهداری و حفظ آثار و بناهای تاریخی،
اگر اصالت بنا از بین برود، مزیت رقابتی منطقه نیز از بین می‌رود	
اگر برای مالکان تسهیلات مالی، معافیت‌های مالیاتی یا وام مرمت فراهم شود، انگیزه تخریب کاهش می‌یابد	عدم تخریب خانه‌های قدیمی و سنتی،
تجهیز مناسب اماکن باعث افزایش کیفیت تجربه گردشگر و بازگشت مجدد او می‌شود	تأمین امنیت و تجهیز اماکن

در جدول ذیل کدهای اولیه استخراج شده از طریق مصاحبه به روش نظریه داده بنیاد آورده شده است:

جدول ٤- کدهای اولیه استخراج شده از مصاحبه

ردیف	کد اولیه	ردیف	کد اولیه
۱	محصولات و خدمات متنوع فرهنگی	۳۵	بسته‌بندی مناسب محصولات فرهنگی
۲	حفظ فضای فرهنگی منطقه	۳۶	ایجاد تعرفه‌های تبلیغاتی برای معرفی و تبلیغ محصولات فرهنگی
۳	توجه به آژانس داران و تورگردانان	۳۷	فراهم آوردن تسهیلاتی برای صادرات محصولات فرهنگی
۴	خطرپذیری و جذب سرمایه	۳۸	حمایت و پشتیبانی مالی
۵	بومی‌سازی و مشارکت مردمی	۳۹	فرآهم نمودن تسهیلات زیرساختی و ارتباطی
۶	توسعه زیرساخت‌های فیزیکی، عمومی و نیروی انسانی ماهر	۴۰	حمایت نهادهایی همچون اتحادیه صنایع دستی، تعاونی‌ها و شرکت‌های مردم نهاد
۷	توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی	۴۱	راه‌اندازی بازارچه‌ها، نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های محلی با حمایت دولت
۸	حفظ آداب و رسوم و فرهنگ محلی (مانند قصه‌ها، لالایی ها، رقص‌ها، آیین‌ها، شعرها، گویش‌ها و آداب و رسوم)	۴۲	تهیه برنامه‌های مستند از مراحل تولید محصولات فرهنگی
۹	شبکه‌های اطلاع‌رسانی برای آگاهی و سواد مردم	۴۳	برخورداری از معافیت‌های مالیاتی
۱۰	استفاده بهینه از ظرفیت‌های موجود گردشگری	۴۴	تشویق زنان توسط خانواده و نگرش موافق اطرافیان
۱۱	اعتقاد مسئولین به درآمدزایی با گسترش گردشگری میراث فرهنگی	۴۵	بکارگیری تکنیک‌ها و روش‌های متنوع
۱۲	دسترسی مناسب به مکان‌های میراث فرهنگی	۴۶	افزایش سطح بهداشت، سواد و درمان
۱۳	حمایت دولت و شورای اسلامی	۴۷	تداوم سیاست‌های مؤثر
۱۴	حمایت سرمایه‌گذاران	۴۸	انگیزه‌های نوآورانه
۱۵	منابع مالی محصولات فرهنگی	۴۹	احساس تعلق به منطقه

۱۶	عوامل تولید محصولات فرهنگی	۵۰	تشخص فرصت‌ها
۱۷	بازار مناسب برای عرضه محصولات فرهنگی	۵۱	توجه به موقعیت جغرافیایی
۱۸	شبکه‌های تولیدی فرهنگی	۵۲	رشد تقاضا برای محصولات فرهنگی محلی و بومی
۱۹	مشارکت زنان و دختران محلی	۵۳	آگاهی ساکنین و مدیریت حرفه‌ای گردشگری
۲۰	آگاهی نسبت به نیاز گردشگران و مصرف کنندگان محصولات و خدمات	۵۴	ساماندهی اثربخش از منابع فرهنگی
۲۱	بکارگیری تجربه‌های موفق	۵۵	ایجاد فناوری به‌روز
۲۲	لزوم توجه جدی و عزم ملی	۵۶	حمایت بیمه‌ای از فعالیت‌های فرهنگی
۲۳	همکاری سایر دستگاه‌ها، وزارتخانه‌ها و نهادهای مرتبط با مقوله گردشگری	۵۷	تعاملات اجتماعی
۲۴	نگاه علمی و تخصصی	۵۸	ریسک‌پذیری
۲۵	بکارگیری نیروهای آموزش‌دیده	۵۹	تدوین قوانین حمایتی
۲۶	تعامل و همکاری با مراکز علمی و دانشگاهی	۶۰	آموزش
۲۷	بهبود کیفی راه‌های ارتباطی	۶۱	ویژگی‌های فردی
۲۸	افزایش بودجه مالی گردشگری	۶۲	هنجارهای اجتماعی
۲۹	تأمین امنیت و تجهیز اماکن گردشگری	۶۳	حمایت‌های مالی بانکی
۳۰	استفاده از تابلو اعلانات	۶۴	تعامل فرهنگی با دیگر استان‌ها
۳۱	تلاش جهت نگداری و حفظ آثار و بناهای تاریخی	۶۵	تعامل فرهنگی با دیگر کشورهای همسایه
۳۲	عدم تخریب خانه‌های قدیمی و سنتی	۶۶	استفاده اثربخش از منابع فرهنگی
۳۳	حفظ بافت سنتی مناطق	۶۷	نگرش موافق اطرافیان نسبت به کارکرد زنان
۳۴	تامین مواد اولیه محصولات فرهنگی		

در ادامه کدهای اولیه یکسان حذف شده و ۵۹ مولفه در ۹ بعد دسته بندی شدند.

جدول ۵- عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی

ابعاد		مولفه
عوامل فردی		لزوم توجه جدی و عزم ملی
		ویژگی‌های فردی
		تشویق زنان توسط خانواده و اطرافیان
		نگرش موافق اطرافیان نسبت به کارکرد زنان
		انگیزه‌های نوآورانه
		بکارگیری نیروهای آموزش‌دیده
		بکارگیری تجربه‌های موفق
		استفاده از تجارب کارآفرینان محلی
		آگاهی نسبت به نیاز گردشگران، مصرف‌کنندگان محصولات و خدمات محلی
عوامل محیطی		تأمین امنیت و تجهیز اماکن گردشگری
		دسترسی مناسب به مکان‌های میراث فرهنگی
		استفاده از تابلو اعلانات
		حفظ فضای بومی و فرهنگی منطقه
		توجه به‌موقعیت جغرافیایی
		راه‌اندازی بازارچه، نمایشگاه و جشنواره‌های محلی با حمایت دولت
		توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی
		تلاش برای نگهداری آثار و بناهای تاریخی
عوامل ساختاری		استفاده بهینه از ظرفیت‌های گردشگری
		افزایش سطح بهداشت، سواد و درمان منطقه
		عدم تخریب خانه‌های قدیمی و سنتی
		آگاهی دادن ساکنین منطقه گردشگری
		بکارگیری تکنیک‌ها و روش‌های متنوع
		توسعه زیرساخت‌های لازم
عوامل حاکمیتی		حمایت دولت و شورای اسلامی از گردشگری
		اعتقاد مسئولین به درآمدزایی با گسترش گردشگری میراث فرهنگی
		همکاری دستگاه‌ها، وزارتخانه‌ها و نهادهای مرتبط با مقوله گردشگری
		تدوین قوانین حمایتی

		حمایت بیمه‌ای از فعالیت‌های گردشگری
		تداوم سیاست‌های مؤثر گردشگری
عوامل فرهنگی		تهیه محصولات و خدمات متنوع فرهنگی
		بسته‌بندی مناسب محصولات فرهنگی
		تهیه برنامه‌های مستند از مراحل تولید محصولات فرهنگی
		تامین مواد اولیه محصولات فرهنگی
		استفاده اثربخش از منابع فرهنگی
		ساماندهی اثربخش از منابع فرهنگی
		حفظ آداب و رسوم و فرهنگ محلی (مانند قصه‌ها، لالایی‌ها، رقص‌ها، آیین‌ها، شعرها، گویش‌ها و آداب و رسوم)
		ایجاد تعرفه‌های تبلیغاتی برای معرفی محصولات فرهنگی
		بازار مناسب برای عرضه محصولات فرهنگی
		ایجاد شبکه‌های تولیدی فرهنگی
عوامل اجتماعی		هنجارهای اجتماعی منطقه گردشگری
		تعاملات اجتماعی منطقه گردشگری
		بومی‌سازی و مشارکت مردمی منطقه گردشگری
عوامل ارتباطی		توجه به آژانس‌داران و تورگردانان گردشگری
		تعامل فرهنگی با دیگر استان‌ها
		تعامل فرهنگی با دیگر کشورهای همسایه
		تعامل و همکاری با مراکز علمی و دانشگاهی
		تقویت راه‌های ارتباطی گردشگری
		شبکه اطلاع‌رسانی برای آگاهی و سواد مردم
عوامل اقتصادی		خطرپذیری مالی و جذب سرمایه‌گذار
		حمایت مالی بانکی و سرمایه‌گذاران
		تأمین مالی محصولات فرهنگی
		افزایش بودجه مالی گردشگری
		تسهیلات برای صادرات محصولات فرهنگی
		برخورداری از معافیت‌های مالیاتی
		تأمین تسهیلات زیرساختی و ارتباطی

عوامل فناورانه		استفاده از شبکه اجتماعی
		تقویت زیرساخت اینترنت
		تقویت شبکه **ICT**
		برگزاری دوره‌های آموزشی اینترنت

نتایج بخش کیفی نشان داد ۵۹ مولفه در قالب ۹ بعد (عوامل فردی، عوامل محیطی، عوامل ساختاری، عوامل حاکمیتی، عوامل فرهنگی، عوامل اجتماعی، عوامل ارتباطی، عوامل اقتصادی و عوامل فناورانه) شناسایی شدند.

جدول ٦-ضرایب بارهای عاملی

متغیر مکنون	شاخص	بار عاملی	آماره تی	سطح معناداری
عوامل فردی	**A۱** -> عوامل فردی	۰/۷۷۶	۱۶/۵۳۰	۰/۰۰۰
	A۲ -> عوامل فردی	۰/۸۱۵	۳۳/۰۸۱	۰/۰۰۰
	A۳ -> عوامل فردی	۰/۸۲۱	۳۱/۲۶۱	۰/۰۰۰
	A۴ -> عوامل فردی	۰/۷۱۸	۱۸/۸۵۳	۰/۰۰۰
	A۵ -> عوامل فردی	۰/۸۱۹	۲۷/۹۰۶	۰/۰۰۰
	A۶ -> عوامل فردی	۰/۷۵۰	۲۰/۸۰۹	۰/۰۰۰
	A۷ -> عوامل فردی	۰/۸۱۹	۲۷/۶۳۹	۰/۰۰۰
	A۸ -> عوامل فردی	۰/۷۲۱	۱۶/۳۹۹	۰/۰۰۰
	A۹ -> عوامل فردی	۰/۷۹۱	۳۰/۱۴۸	۰/۰۰۰
عوامل محیطی	**A۱۰** -> عوامل محیطی	۰/۷۴۱	۱۵/۴۷۸	۰/۰۰۰
	A۱۱ -> عوامل محیطی	۰/۷۲۳	۱۸/۳۷۳	۰/۰۰۰
	A۱۲ -> عوامل محیطی	۰/۸۳۴	۳۷/۲۰۱	۰/۰۰۰
	A۱۳ -> عوامل محیطی	۰/۵۷۱	۸/۸۲۴	۰/۰۰۰
	A۱۴ -> عوامل محیطی	۰/۸۰۶	۲۵/۸۵۲	۰/۰۰۰
	A۱۵ -> عوامل محیطی	۰/۵۱۱	۵/۶۵۵	۰/۰۰۰
	A۱۶ -> عوامل محیطی	۰/۶۳۰	۱۱/۴۷۳	۰/۰۰۰
	A۱۷ -> عوامل محیطی	۰/۶۷۴	۱۴/۲۴۹	۰/۰۰۰
عوامل ساختاری	**A۱۸** -> عوامل ساختاری	۰/۶۸۶	۱۵/۷۵۱	۰/۰۰۰
	A۱۹ -> عوامل ساختاری	۰/۶۷۶	۱۰/۴۸۷	۰/۰۰۰

	A۲۰ <- عوامل ساختاری	۰/۷۹۹	۲۸/۳۹۲	۰/۰۰۰
	A۲۱ <- عوامل ساختاری	۰/۸۰۶	۲۹/۰۸۷	۰/۰۰۰
	A۲۲ <- عوامل ساختاری	۰/۷۸۹	۲۵/۲۶۳	۰/۰۰۰
	A۲۳ <- عوامل ساختاری	۰/۷۴۶	۱۸/۱۰۱	۰/۰۰۰
عوامل حاکمیتی	A۲۴<- عوامل حاکمیتی	۰/۷۴۳	۱۶/۲۱۶	۰/۰۰۰
	A۲۵<- عوامل حاکمیتی	۰/۷۷۳	۲۱/۸۲۰	۰/۰۰۰
	A۲۶<- عوامل حاکمیتی	۰/۸۰۷	۲۴/۷۹۰	۰/۰۰۰
	A۲۷<- عوامل حاکمیتی	۰/۸۰۸	۲۵/۹۸۸	۰/۰۰۰
	A۲۸<- عوامل حاکمیتی	۰/۸۱۳	۳۰/۲۱۵	۰/۰۰۰
	A۲۹<- عوامل حاکمیتی	۰/۶۹۵	۱۳/۹۴۹	۰/۰۰۰
عوامل فرهنگی	A۳۰ <- عوامل فرهنگی	۰/۶۲۱	۱۱/۴۳۳	۰/۰۰۰
	A۳۱ <- عوامل فرهنگی	۰/۷۶۹	۲۲/۲۹۰	۰/۰۰۰
	A۳۲ <- عوامل فرهنگی	۰/۷۳۰	۱۶/۱۹۴	۰/۰۰۰
	A۳۳ <- عوامل فرهنگی	۰/۷۹۵	۲۵/۷۵۷	۰/۰۰۰
	A۳۴ <- عوامل فرهنگی	۰/۷۷۸	۲۵/۹۵۵	۰/۰۰۰
	A۳۵ <- عوامل فرهنگی	۰/۷۸۴	۲۳/۸۷۶	۰/۰۰۰
	A۳۶ <- عوامل فرهنگی	۰/۷۹۰	۲۱/۷۹۱	۰/۰۰۰
	A۳۷ <- عوامل فرهنگی	۰/۷۲۲	۱۵/۸۸۸	۰/۰۰۰
	A۳۸ <- عوامل فرهنگی	۰/۷۷۰	۱۹/۸۸۸	۰/۰۰۰
	A۳۹ <- عوامل فرهنگی	۰/۶۸۵	۱۳/۱۴۰	۰/۰۰۰
عوامل اجتماعی	A۴۰<- عوامل اجتماعی	۰/۸۵۹	۳۱/۶۰۹	۰/۰۰۰
	A۴۱<- عوامل اجتماعی	۰/۸۶۶	۳۴/۲۵۰	۰/۰۰۰
	A۴۲<- عوامل اجتماعی	۰/۸۸۴	۵۴/۵۸۶	۰/۰۰۰
عوامل ارتباطی	A۴۳<- عوامل ارتباطی	۰/۷۹۴	۱۸/۴۱۲	۰/۰۰۰
	A۴۴ <- عوامل ارتباطی	۰/۷۰۱	۱۵/۹۰۰	۰/۰۰۰
	A۴۵ <- عوامل ارتباطی	۰/۸۴۵	۳۷/۵۳۸	۰/۰۰۰
	A۴۶<- عوامل ارتباطی	۰/۸۰۷	۲۵/۴۴۸	۰/۰۰۰
	A۴۷<- عوامل ارتباطی	۰/۸۲۸	۲۷/۲۶۳	۰/۰۰۰
	A۴۸ <- عوامل ارتباطی	۰/۷۲۲	۱۵/۵۱۱	۰/۰۰۰

عوامل اقتصادی	A۴۹<– عوامل اقتصادی	۰/۷۷۵	۲۰/۶۰۳	۰/۰۰۰
	A۵۰<– عوامل اقتصادی	۰/۸۵۹	۳۸/۵۳۱	۰/۰۰۰
	A۵۱<– عوامل اقتصادی	۰/۸۵۰	۲۶/۲۷۳	۰/۰۰۰
	A۵۲<– عوامل اقتصادی	۰/۸۲۰	۲۲/۷۳۲	۰/۰۰۰
	A۵۳<– عوامل اقتصادی	۰/۷۲۵	۱۷/۲۰۶	۰/۰۰۰
	A۵۴<– عوامل اقتصادی	۰/۸۴۹	۳۷/۱۶۰	۰/۰۰۰
	A۵۵<– عوامل اقتصادی	۰/۸۳۶	۳۳/۲۶۸	۰/۰۰۰
عوامل فناورانه	A۵۶<– عوامل فناورانه	۰/۸۳۲	۲۴/۱۳۵	۰/۰۰۰
	A۵۷<– عوامل فناورانه	۰/۸۷۳	۴۲/۵۴۵	۰/۰۰۰
	A۵۸<– عوامل فناورانه	۰/۸۴۷	۳۵/۰۷۸	۰/۰۰۰
	A۵۹<– عوامل فناورانه	۰/۸۹۷	۶۵/۶۸۰	۰/۰۰۰

مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۴ می‌باشد. در جدول فوق تمامی اعداد ضرایب بارهای عاملی سؤالات از ۰/۴ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد. همچنین بر اساس نتایج مدل اندازه‌گیری، مقدار بوت استراپینگ (آماره **t**) در تمامی موارد از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر است که نشان می‌دهد همبستگی بین متغیرهای قابل‌مشاهده با متغیرهای پنهان مربوط به خود معنادار است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت هر متغیر مکنون به‌درستی توسط متغیرهای آشکار خود مورد سنجش قرارگرفته است.

جدول ۷- پایایی متغیرها

ابعاد	ضریب آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی
عوامل اجتماعی	۰/۸۳۹	۰/۹۰۳
عوامل ارتباطی	۰/۸۷۴	۰/۹۰۵
عوامل اقتصادی	۰/۹۱۷	۰/۹۳۴
عوامل حاکمیتی	۰/۸۶۵	۰/۹۰۰
عوامل ساختاری	۰/۸۴۶	۰/۸۸۶
عوامل فردی	۰/۹۲۰	۰/۹۳۴
عوامل فرهنگی	۰/۹۱۱	۰/۹۲۶
عوامل فناورانه	۰/۸۸۵	۰/۹۲۱
عوامل محیطی	۰/۸۴۱	۰/۸۷۹

با توجه به اینکه مقادیر قابل قبول برای ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، ۰/۷ است(آذر و خسروانی،۱۳۹۸). مطابق با جدول ۷، پایایی متغیرها تأیید می‌شود.

جدول ۸- روایی همگرا

ابعاد	میانگین واریانس استخراجی
عوامل اجتماعی	۰/۷۵۶
عوامل ارتباطی	۰/۶۱۶
عوامل اقتصادی	۰/۶۶۹
عوامل حاکمیتی	۰/۵۹۹
عوامل ساختاری	۰/۵۶۶
عوامل فردی	۰/۶۱۲
عوامل فرهنگی	۰/۵۵۷
عوامل فناورانه	۰/۷۴۴
عوامل محیطی	۰/۵۸۲

هم‌چنین مقدار قابل قبول برای میانگین واریانس استخراج شده ، ۰/۵ است(آذر و خسروانی،۱۳۹۸). مطابق با جدول ۸، روایی متغیرها همگرا تأیید می‌شود.

جدول ۹-روایی محتوایی(CVR)

ابعاد	غیر	مفید	ضروری	نتیجه	تأیید/حذف
عوامل اجتماعی	-	۱	۱۶	۰/۸۰	تأیید
عوامل ارتباطی	-	۱	۱۶	۰/۸۰	تأیید
عوامل اقتصادی	-	۱	۱۶	۰/۸۰	تأیید
عوامل حاکمیتی	-	۱	۱۶	۰/۸۰	تأیید
عوامل ساختاری	-	۱	۱۶	۰/۸۰	تأیید
عوامل فردی	-	۰	۱۷	۱/۰۰	تأیید
عوامل فرهنگی	-	۱	۱۶	۰/۸۰	تأیید
عوامل فناورانه	-	۱	۱۶	۰/۸۰	تأیید
عوامل محیطی	-	۱	۱۶	۰/۸۰	تأیید

شاخص نسبت روایی محتوایی (**CVR**) با استفاده از شاخص لاوشه محاسبه و با جدول **Lawshe** انطباق داده شد. نتایج نشان داد که نمرات بیشتر از ۰/۴۹ می‌باشند و وجود متغیر

مربوطه در این مدل ضروری و مهم است.

جدول ۱۰-روایی واگرا

	عوامل اجتماعی	عوامل ارتباطی	عوامل اقتصادی	عوامل حاکمیتی	عوامل ساختاری	عوامل فردی	عوامل فرهنگی	عوامل فناورانه	عوامل محیطی
عوامل اجتماعی	/۸۷۰								
عوامل ارتباطی	۰/۸۲۹	۰/۷۸۵							
عوامل اقتصادی	۰/۷۰۸	۰/۶۶۷	۰/۸۱۸						
عوامل حاکمیتی	۰/۷۶۸	۰/۸۲۸	۰/۶۴۰	۰/۷۷۴					
عوامل ساختاری	۰/۷۱۴	۰/۷۰۲	۰/۵۱۸	۰/۷۵۳	۰/۷۵۲				
عوامل فردی	۰/۵۷۱	۰/۵۷۸	۰/۷۶۳	۰/۵۷۷	۰/۳۹۵	۰/۷۸۲			
عوامل فرهنگی	۰/۷۸۵	۰/۸۳۸	۰/۶۲۲	۰/۸۵۳	۰/۷۴۸	۰/۵۲۲	۰/۷۴۶		
عوامل فناورانه	۰/۶۵۷	۰/۶۹۵	۰/۸۶۹	۰/۶۵۲	۰/۴۷۴	۰/۷۳۴	۰/۶۴۴	۰/۸۶۳	
عوامل محیطی	۰/۶۵۴	۰/۶۵۳	۰/۷۳۶	۰/۶۷۳	۰/۵۶۰	۰/۸۴۲	۰/۶۵۷	۰/۶۹۴	۰/۷۶۳

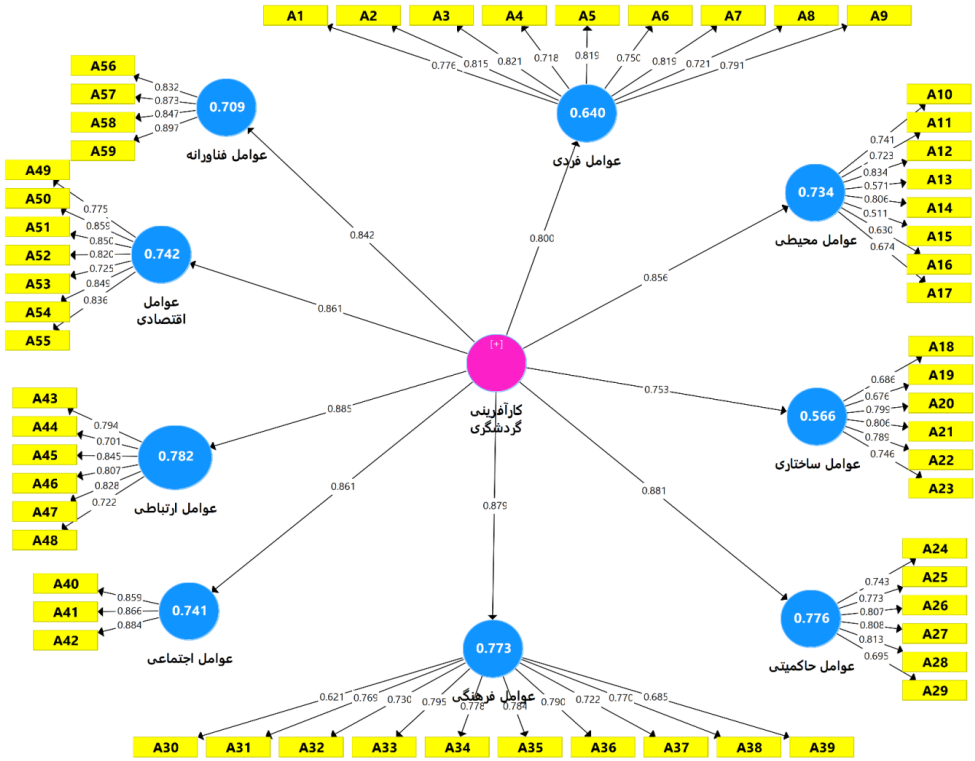
طبق جدول ۱۰، اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر می‌باشند بنابراین روایی

واگرا قابل قبول است(داوری و رضازاده،۱۳۹۷).همچنین بر اساس جدول ۱۱ تمامی معیارهای برازش در دامنه مورد قبول، قرار دارند، بنابراین برازش مدل مناسب است.

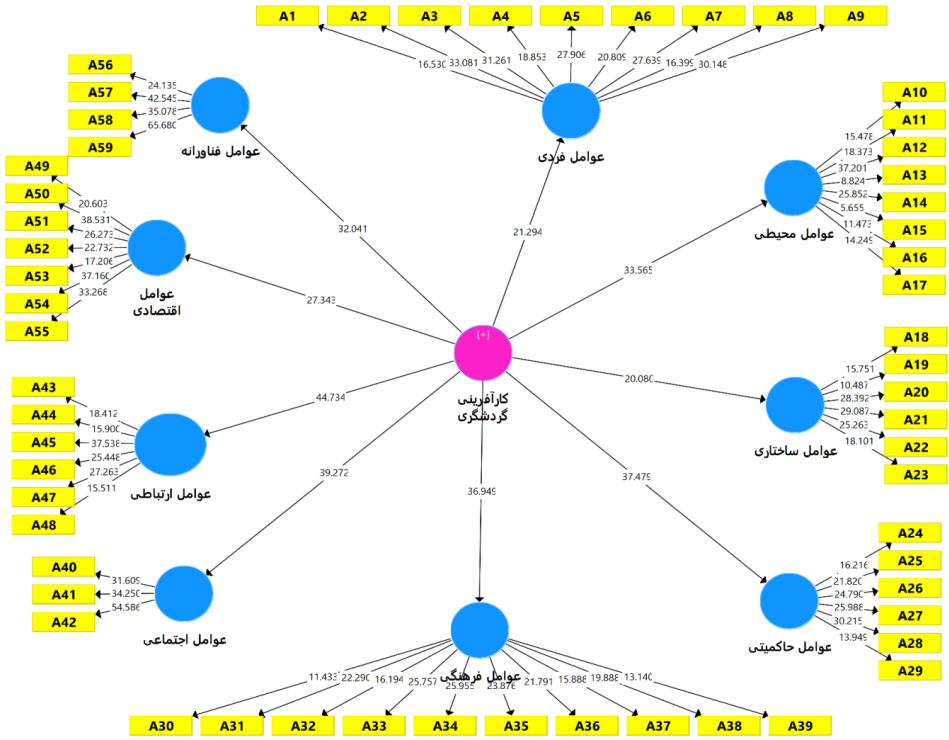
جدول ۱۱- برازش مدل

ابعاد	شاخص R^2	شاخص Q^2	GoF
عوامل فردی	۰/۶۴۰	۰/۶۱۲	۰/۶۷۴
عوامل محیطی	۰/۷۳۴	۰/۵۸۲	
عوامل ساختاری	۰/۵۶۶	۰/۵۶۶	
عوامل حاکمیتی	۰/۷۷۶	۰/۵۹۹	
عوامل فرهنگی	۰/۷۷۳	۰/۵۵۷	
عوامل اجتماعی	۰/۷۴۱	۰/۷۵۶	
عوامل ارتباطی	۰/۷۸۲	۰/۶۱۶	
عوامل اقتصادی	۰/۷۴۲	۰/۶۶۹	
عوامل فناورانه	۰/۷۰۹	۰/۷۴۴	

پس از تأیید مدل، برای آزمون معناداری مسیرها از دو شاخص ضریب مسیر و **t-value** استفاده شده است. در سطح اطمینان ۹۵ درصد چنانچه مقادیر آمارهٔ **t** بالاتر از ۱/۹۶ باشد، مسیر تائید و در صورت کمتر بودن مسیر رد می‌شود(داوری و رضازاده،۱۳۹۷). در شکل‌های ۱ و ۲، دو حالت ضرایب مسیر و معناداری نشان داده شده است.



شکل ۱- ضرایب مسیر



شکل ۲- ضرایب آمارهٔ t-value

با توجه به اینکه ضرایب مسیر در بازه (۱ و ۱-) و مقادیر **t-value** خارج از بازه (۱/۹۶ و ۱/۹۶-) قرار دارند، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد روابط بین متغیرها تأیید و معنی‌دار شده‌اند(داوری و رضازاده،۱۳۹۷). در جدول ذیل ضرایب مسیر و مقادیر **t-value** آورده شده است.

جدول ۱۲- نتایج حاصل از یافته‌های تحلیل مسیر

سازه	ابعاد	ضریب مسیر	t مقدار	نتیجه	رتبه
توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی استان گلستان	عوامل فردی	۰/۸۰۰	۲۱/۲۹۴	پذیرش	۷
	عوامل محیطی	۰/۸۵۶	۳۳/۵۶۵	پذیرش	۵
	عوامل ساختاری	۰/۷۵۳	۲۰/۰۸۰	پذیرش	۸
	عوامل حاکمیتی	۰/۸۸۱	۳۷/۴۷۹	پذیرش	۲
	عوامل فرهنگی	۰/۸۷۹	۳۶/۹۴۹	پذیرش	۳
	عوامل اجتماعی	۰/۸۶۱	۳۹/۲۷۲	پذیرش	۴
	عوامل ارتباطی	۰/۸۸۵	۴۴/۷۳۴	پذیرش	۱
	عوامل اقتصادی	۰/۸۶۱	۲۷/۳۴۳	پذیرش	۴
	عوامل فناورانه	۰/۸۴۲	۳۲/۰۴۱	پذیرش	۶

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر که به تدوین مدل توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی با تأکید بر ظرفیت‌های استان گلستان انجامید، نشان می‌دهد این پدیده را نمی‌توان با یک یا چند متغیر منفرد توضیح داد؛ زیرا یک اکوسیستم چندسطحی است که در آن برهم‌کنش هم‌زمان عوامل فردی، نهادی و محیطی تعیین می‌کند ظرفیت‌های میراث فرهنگی چگونه و تا چه حد به فرصت‌های کارآفرینانه تبدیل شوند. برجسته شدن عامل ارتباطی در مدل از منظر تحلیلی بیانگر آن است که ارتباطات در این حوزه صرفاً یک متغیر همراه نیست، بلکه نقش مکانیسم مولّد را ایفا می‌کند؛ زیرا گردشگری میراث فرهنگی ذاتاً محصول مشترک چند بازیگر از جمله نهادهای دولتی و محلی، سازمان‌های متولی میراث فرهنگی، جامعه محلی، کارآفرینان، بخش خصوصی، دانشگاه‌ها و سرمایه‌گذاران است. در چنین زمینه‌ای، حتی در صورت وجود انگیزه‌های فردی و منابع فرهنگی، نبود شبکه‌های اعتماد، هماهنگی و همکاری، به افزایش هزینه‌های مبادله، شکست هماهنگی و پراکندگی اقدامات منجر می‌شود و در نتیجه فرصت‌ها به کسب‌وکارهای پایدار تبدیل نمی‌گردند. شبکه‌های کارآمد از طریق تسهیل جریان اطلاعات بازار، بهبود دسترسی به

منابع، تقویت مشروعیت نهادی و ایجاد امکان یادگیری مشترک، ریسک سرمایه‌گذاری در حوزه میراث را که معمولاً با عدم قطعیت تقاضا و محدودیت‌های حفاظتی همراه است کاهش می‌دهند. همسویی این تفسیر با یافته‌های چان و همکاران (۲۰۲۴) در همین نقطه معنادار می‌شود؛ با این ملاحظه که در بستر گلستان، به دلیل تنوع قومی– فرهنگی و پراکندگی جغرافیایی، اثر شبکه‌ها می‌تواند پررنگ‌تر باشد و فقدان سازوکارهای ارتباطی مؤثر، به‌جای آنکه تنوع را به مزیت تبدیل کند، به جزیره‌ای شدن کنشگران و تضعیف هم‌افزایی‌های محلی بینجامد. قرار گرفتن عامل حاکمیتی در رتبه‌های بالای اثر نیز دلالت نظری مهمی دارد؛ زیرا در گردشگری میراث فرهنگی، بازار به‌تنهایی قادر به حل مسئله نیست و این حوزه با کالای عمومی/میراث مشترک، ملاحظات حفاظتی، مجوزها و تنظیم‌گری درهم‌تنیده است؛ ازاین‌رو کیفیت حکمرانی محلی می‌تواند نقش فعال‌ساز یا بازدارنده داشته باشد. تبیین چرایی این یافته را می‌توان در سه سازوکار اصلی صورت‌بندی کرد: نخست، حکمرانی با کاهش ابهام، تسهیل فرایندهای اداری و کاهش بوروکراسی، هزینه ورود کارآفرین را پایین می‌آورد؛ دوم، با هماهنگ‌سازی بین‌بخشی، از تداخل مأموریت‌ها و تعارض منافع میان دستگاه‌ها جلوگیری می‌کند؛ و سوم، با سیاست‌های حمایتی هدفمند، برخی شکست‌های بازار از جمله کمبود سرمایه‌گذاری اولیه یا فقدان زیرساخت‌های مشترک را جبران می‌نماید. بنابراین، نتیجه پژوهش صرفاً تأیید اهمیت سیاست‌گذاری نیست، بلکه نشان می‌دهد شکاف میان ظرفیت و عملکرد در گلستان تا حد زیادی محصول شکست حکمرانی و ناهماهنگی نهادی است؛ نکته‌ای که با تحقیقات خشایاری و همکاران (۱۴۰۳)، بهادری و همکاران (۱۴۰۱) و میرواحدی و قائدی‌ها هونجانی(۱۳۹۹) هم‌خوانی دارد، اما در مدل حاضر با قرار گرفتن در کنار شبکه‌ها و فناوری، به‌صورت یک چارچوب یکپارچه برای فهم شرایط لازم و کافی توسعه بازنمایی می‌شود. در خصوص عامل فرهنگی، یافته‌ها نشان می‌دهد فرهنگ در مدل توسعه کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی هم‌زمان دو نقش ایفا می‌کند: از یک سو منبع فرصت و مزیت رقابتی (هویت، آیین‌ها، میراث ناملموس و صنایع دستی) و از سوی دیگر قید اخلاقی–حفاظتی که حدود بهره‌برداری اقتصادی را تعیین می‌کند. از این‌رو توسعه کارآفرینی در این حوزه مستلزم مدیریت تنش میان کالایی‌سازی و حفظ اصالت است. برای استان گلستان، تنوع فرهنگی ظرفیت قابل‌توجهی برای

تجربه‌سازی و تمایز مقصد ایجاد می‌کند، اما اگر چارچوب‌های حفاظتی و سازوکارهای مشارکت جامعه محلی هم‌زمان تقویت نشود، همین ظرفیت می‌تواند به مقاومت اجتماعی، تعارض ارزشی و در نهایت تضعیف جذابیت مقصد منجر شود. بر این اساس، پایداری کارآفرینی در میراث فرهنگی نه با رشد صرف تقاضا، بلکه با کسب و تثبیت مشروعیت فرهنگی– اجتماعی تحقق می‌یابد؛ موضوعی که در ادبیات پیشین نیز تأکید شده و در پژوهش حاضر با تبیین پیوند میان مشروعیت، حکمرانی و شبکه‌ها روشن‌تر می‌شود. یافته‌های مربوط به عوامل اجتماعی و اقتصادی نیز زمانی معنای تحلیلی می‌یابد که به‌عنوان شرایط امکان‌پذیرکننده دیده شوند. از منظر اجتماعی، مشارکت جوامع محلی و سرمایه اجتماعی (اعتماد و همکاری) می‌تواند اثر غیرمستقیم اما تعیین‌کننده‌ای بر سایر ابعاد داشته باشد؛ زیرا بدون اعتماد، شبکه‌های ارتباطی به ارتباطات صوری تقلیل می‌یابد و سیاست‌ها نیز با مقاومت یا بی‌تفاوتی روبه‌رو می‌شوند. از منظر اقتصادی، دسترسی به منابع مالی و بازار شرط گذار از ایده‌های فرهنگی به مدل کسب‌وکار پایدار است؛ با این نکته که در حوزه میراث فرهنگی، بازگشت سرمایه غالباً کندتر و ریسک‌پذیری سرمایه‌گذار پایین‌تر است. بنابراین اگر ابزارهای مالی متناسب با ماهیت این فعالیت (تسهیلات، ضمانت و مشوق‌ها) طراحی نشود، حتی در حضور شبکه‌ها و سیاست‌های حمایتی نیز احتمال تحقق خروجی‌های پایدار کاهش می‌یابد. این تبیین، هم چرایی همسویی نتایج با برخی مطالعات را روشن می‌کند و هم توضیح می‌دهد به دلیل نبود طراحی مالی متناسب با ریسک و افق زمانی فعالیت‌های میراثی در برخی مناطق با وجود سرمایه اجتماعی، خروجی اقتصادی مطلوب حاصل نمی‌شود. در بعد محیطی، نتایج نشان می‌دهد مسئله صرفاً «وجود جاذبه» نیست، بلکه محیط به‌مثابه ظرفیتی است که باید به تجربه قابل عرضه تبدیل شود؛ امری که مستلزم مدیریت مقصد، بهبود دسترس‌پذیری، تکمیل زنجیره خدمات و پیونددهی گردشگری میراث فرهنگی با سایر گونه‌های گردشگری است. بنابراین، هرچند گلستان از منظر تنوع طبیعی– تاریخی برخوردار از مزیت است، این مزیت زمانی بالفعل می‌شود که با حکمرانی و شبکه‌ها هم‌راستا گردد؛ در غیر این صورت ممکن است به تراکم فصلی، فشار بر منابع و فرسایش میراث منجر شود و حتی اثر معکوس بر توسعه پایدار بر جای گذارد. این نکته اهمیت تحلیل انتقادی را برجسته می‌کند که توسعه کارآفرینانه بدون ظرفیت‌سازی مدیریتی می‌تواند ریسک‌های پایداری

ایجاد کند. در بعد فناورانه نیز می‌توان نتیجه گرفت فناوری نقش کاهش فاصله بازار را ایفا می‌کند و به کارآفرینان محلی اجازه می‌دهد محدودیت‌های جغرافیایی و ضعف کانال‌های توزیع سنتی را جبران کنند. افزون بر این، فناوری امکان روایت‌گری و تجربه‌سازی برای میراث ناملموس را تقویت می‌کند؛ امری که برای مقاصدی با تنوع فرهنگی بالا اهمیت مضاعف دارد. با این حال، اثر فناوری مشروط به سواد دیجیتال، زیرساخت ارتباطی و اعتماد کاربران است و شکاف دیجیتال میان شهر و روستا یا میان گروه‌های سنی می‌تواند موجب ناهمگنی اثرات شود؛ بنابراین سیاست‌های توانمندسازی دیجیتال باید به‌عنوان مکمل توسعه فناورانه مورد توجه قرار گیرد. پایین‌تر بودن ضرایب عوامل فردی و ساختاری نیز نباید به معنای کم‌اهمیتی آن‌ها تلقی شود، بلکه از منظر تبیینی نشان‌دهنده ماهیت اکوسیستمی پدیده است؛ به این معنا که در اکوسیستم‌هایی که موانع هماهنگی، حکمرانی و بازار پررنگ است، توانمندی فردی حتی در سطوح بالا، در غیاب فرصت‌های نهادی و شبکه‌ای، کمتر به نتایج کارآفرینانه تبدیل می‌شود. همچنین ساختارهای رسمی، هرچند لازم‌اند، اما در این حوزه غالباً شرط کافی نیستند و مسئله محوری بیشتر به کیفیت اجرا، پیوند بین‌بخشی و کارکرد واقعی ساختارها مربوط می‌شود تا وجود صوری آن‌ها. با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهاد می‌شود مدیران و سیاست‌گذاران استان گلستان اقدامات زیر را در اولویت قرار دهند:

- ایجاد و تقویت شبکه یکپارچه همکاری میان ذی‌نفعان گردشگری میراث فرهنگی شامل نهادهای دولتی، شهرداری‌ها، بخش خصوصی، دانشگاه‌ها، جوامع محلی، هنرمندان، راهنمایان گردشگری و سرمایه‌گذاران با هدف افزایش هم‌افزایی، هماهنگی نهادی و شکل‌گیری اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در استان گلستان.

- اصلاح و تسهیل قوانین و مقررات مرتبط با فعالیت‌های گردشگری فرهنگی و کاهش بروکراسی اداری به‌منظور تسهیل راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در حوزه گردشگری میراث فرهنگی.

- طراحی و اجرای بسته‌های حمایتی مالی و اعتباری هدفمند برای کارآفرینان محلی، به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند صنایع دستی، اقامتگاه‌های بوم‌گردی، خوراک‌های محلی، رویدادهای فرهنگی و گردشگری تجربه‌محور.

- برنامه‌ریزی و اجرای دوره‌های آموزشی مهارت‌محور در زمینه کارآفرینی گردشگری، بازاریابی دیجیتال، مدیریت کسب‌وکار، روایتگری و تفسیر میراث فرهنگی، برندسازی مقصد و آموزش زبان‌های خارجی برای فعالان و کارآفرینان محلی.
- توسعه زیرساخت‌های فناورانه و پلتفرم‌های بازاریابی دیجیتال با هدف معرفی ظرفیت‌های گردشگری میراث فرهنگی استان گلستان در سطح ملی و بین‌المللی و تسهیل دسترسی کارآفرینان محلی به بازارهای گردشگری.
- تقویت مشارکت و نقش‌آفرینی جوامع محلی در فرآیندهای برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری، اجرا و بهره‌برداری از طرح‌های گردشگری میراث فرهنگی به‌منظور افزایش پایداری اجتماعی و اقتصادی این فعالیت‌ها.
- توجه به حفظ اصالت فرهنگی و صیانت از میراث ناملموس در فرآیند توسعه گردشگری و پرهیز از تجاری‌سازی افراطی آیین‌ها، سنت‌ها و ارزش‌های بومی.
- برندسازی گردشگری میراث فرهنگی استان گلستان بر پایه تنوع قومی، تاریخی و آیینی منطقه و معرفی ظرفیت‌هایی همچون صنایع دستی، آیین‌های بومی و جاذبه‌های فرهنگی کمتر شناخته‌شده به‌عنوان مزیت رقابتی مقصد.

این پژوهش به‌دلیل تمرکز بر استان گلستان با ناهمگنی فضایی و نهادی، از نظر تعمیم‌پذیری محدود است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود مدل در استان‌های دیگر به‌صورت مقایسه‌ای بازآزمایی شود. همچنین مقطعی بودن داده‌ها امکان استنباط علّی و بررسی پویایی‌های زمانی را کاهش می‌دهد؛ ازاین‌رو انجام مطالعات طولی و پایش اثر سیاست‌ها در چند مقطع زمانی توصیه می‌شود. اتکای نسبی به داده‌های خودگزارشی و قضاوت خبرگان نیز می‌تواند با سوگیری پاسخ و نمایندگی ناقص برخی ذی‌نفعان همراه باشد؛ لذا پژوهش‌های آینده بهتر است از داده‌های چندمنبعی (ترکیب پرسشنامه، داده‌های ثبتی/عملکردی گردشگری، و مصاحبه با کنشگران خرد و غیررسمی) و آزمون‌های کنترل سوگیری روش مشترک استفاده کنند. در نهایت، به‌سبب ناهمگنی میراث (ملموس/ناملموس) و تفاوت منطق کسب‌وکار در هرکدام، پیشنهاد می‌شود مدل به‌صورت تفکیکی برای انواع میراث و نیز از طریق مطالعات موردی در سایت‌های منتخب میراثی توسعه و اعتبارسنجی شود.

منابع

- آذر، ع.، و خسروانی، ف. (۱۳۹۸). تحقیق در عملیات نرم. تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.

- باصولی، م.، هاشمی، س.، ایمانی خوشخو، م. ح.، و میرغفوری، س. ح.ا. (۱۴۰۰). طراحی مدل توسعه کارآفرینی گردشگری فرهنگی در شهر میراث جهانی یزد. مطالعات اجتماعی گردشگری، ۹(۱۸).

- باصولی، م، هاشمی، س.، ایمانی خوشخو، م. ح.، و میرغفوری، س. ح.ا. (۱۳۹۸). طراحی مدل توسعه کارآفرینی گردشگری فرهنگی با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی. فصلنامه توسعه گردشگری، ۸(۲).

- بهادری، س.ر.، قادری، ا.، کروبی، م.، و حسینی، س.ع. (۱۴۰۱). شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مشارکت ذی‌نفعان در توسعه کارآفرینی گردشگری. مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی، ۵(۲).

- خانی، غ.، غفوریان شاگردی، ا.، صانیی، م. (۱۴۰۴). ارائه الگوی فرصتهای کارآفرینانه در صنیت گردشگری (منطقه مورد مطالیه: شهرستان تایباد). کسب وکار اجتماعی،۲(۲).

- خشایاری، پ.، حیدری، س. ع.، و نعمتی‌زاده، س. (۱۴۰۰). طراحی و تبیین مدل شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری. فصلنامه هنرهای اسلامی،۲۱(۵۳).

- حاج‌آقامیر، س.م.، رشادت‌جو، ح، ابطحی، ع، صالحی‌امیری، س.ر.، و عزیزآبادی فراهانی، ف. (۱۴۰۰). طراحی الگوی مطلوب توسعه گردشگری فرهنگی در ایران. مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، ۵(۱۸).

-داوری، ع.، و رضازاده، آ. (۱۳۹۷). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

- فردوسی، س.، توانا، م.، و داوودی، س. (۱۴۰۴). الگوی ساختاری تفسیری عوامل مؤثر بر کارآفرینی گردشگری مبتنی بر اقتصاد چرخشی. جغرافیا و آینده‌پژوهی منطقه‌ای،۳(۲).

- کمری، ف.، حسینی، س.م.ر.، ویسه، س.م.، و مستقیمی، م.ر. (۱۴۰۲). شناسایی عوامل مؤثر بر گردشگری فرهنگی در ایران: خوانشی استعاری از مفهوم پنجره فرصت کارآفرینانه. جغرافیا و توسعه، ۲۱(۷۰)

- معاون، ز.، باقری، م.، شکاری، ف.، مباشری، ع. ا.، و کیانی، م. (۱۴۰۳). شناسایی و اولویت‌بندی راهکارهای بهبود گردشگری میراث فرهنگی در ایران. مطالعات اجتماعی گردشگری، ۱۲(۲۷).

- میرواحدی، س.س.، و قائدیها هونجانی، ن. (۱۳۹۹). رویکردی متفاوت از کارآفرینان در کارآفرینی گردشگری میراث فرهنگی ناملموس. فصلنامه توسعه گردشگری، ۹(۲).

-Aisyah, S. (۲۰۲۳). Implications of Planning and Management for the Development of Sustainable Cultural Heritage Tourism in Malaysia. Advances in Tourism Studies, ۱(۲), ٦٥-۷۱.
-Boujida, H., & Debbagh, I. (۲۰۲٥). Entrepreneurship and cultural heritage: A systematic literature review at the intersection of preservation and innovation. Revue Internationale de la Recherche Scientifique (Revue-IRS), ۳(۲).
-Chan, J., Ma, C., Piterou, A., Teng, F., Zhang, X., & Zhang, Y. (۲۰۲٤). Entrepreneurship in a cultural heritage site: The entrepreneurial ecosystem of the tourist cultural cluster in the Ancient Villages of Southern Anhui. Institute of Small Business and Entrepreneurship (ISBE), Sheffield, United Kingdom.
-Lak, A., Gheitasi, M., & Timothy, D. J. (۲۰۲۰). Urban regeneration through heritage tourism:Cultural policies and strategic management. Journal of Tourism and Cultural Change, ۱۸(٤),۳۸٦-٤۰۳.
-Leković, B. (۲۰۲٥). Key attributes of tourism sector entrepreneurs in Southeast Europe. Menadzment U Hotelijerstvu I Turizmu, ۰۰, ۳۳–۳۳
-Li, M., Cao, Y., & Li, G. (۲۰۲۳). An approach to developing and protecting linear heritage tourism: The construction of cultural heritage corridor of traditional villages in Mentougou District using GIS. International Journal of Geoheritage and Parks, ۱۱, ۱۳۹-۱٥۸.
-Lincoln, Y., & Guba ,E.(۱۹۸۲). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. Educational Technology Research and Development ,۳۰,۲۳۳-۲٥۲.
-Salim, M., & Anis, J. (۲۰۲۱). Has female entrepreneurship been a formidable engine of economic and social development in Tunisia? Journal of Global Entrepreneurship Research, ۱۱(۱), ٤۸۹–٥۰۳.
-Thuyet, N. T. (۲۰۲۳). Factors affecting the development of heritage tourism: Research and development of some models. Revista de Gestão e Secretariado, ۱٤(۱۰), ۱۸۹۲٤–۱۸۹٤۸.
-Zhang, S., Liang, J., Su, X., Chen, Y., & Wei, Q. (۲۰۲۳). Research on global cultural heritage tourism based on bibliometric analysis. Heritage Science, ۱۱(۱), ۱۳۹.

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸۶)/ تابستان ۱۴۰۵/ ۶۵۶-۶۱۰
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲۶, Vol. ۲۲, No.۲ (۸۶)

سلامت روان ایرانیان؛ وضعیت مولفه‌های اجتماعی- اقتصادی در آستانه قرن پانزدهم خورشیدی

سیدپویا رسولی‌نژاد[۱]

(تاریخ دریافت ۱۴۰۵/۴/۲ - تاریخ تصویب ۱۴۰۵/۵/۷)

نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:

سلامت از پیش‌شرط‌های مهم دستیابی جوامع به رفاه و توسعه اجتماعی است. علی‌رغم تأکید سازمان جهانی بهداشت بر تأثیر عمده عوامل و متغیرهای اجتماعی در سلامت و بیماری روانی، پژوهش‌ها در ایران کمتر در این زمینه به انجام رسیده‌اند. لذا این پژوهش به دنبال بررسی سهم مولفه‌های اجتماعی و اقتصادی در سلامت روان ایرانیان و شیوع بیماری‌های روانی در ایران با روش تحلیل داده‌های موجود بوده، به طوری که برای تحلیل داده‌های موجود در زمینه شیوع بیماری‌های روانی و همچنین متغیرهای ساختاری در حوزه‌های اجتماعی و اقتصادی از روش تحلیل کمی داده‌های موجود (پیمایش‌های سلامت روان و سالنامه‌های آماری) استفاده شده

[۱]- استادیار گروه علوم اجتماعی اسلامی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. sp.rasoulinejad@ut.ac.ir

است. چارچوب نظری این پژوهش با تأکید بر نظریه فشار ساختاری مرتون شکل گرفته است. اگر فرد در پایگاهی که در ساختار اجتماعی اشغال کرده قدرت این را نداشته باشد که نقش‌های خود را به طور صحیح و بر اساس انتظارات جامعه ایفا کند و از هنجارهای مقرر اجتماعی فاصله گیرد، رفتار او به لحاظ اجتماعی خارج از محدوده قابل قبول شناخته و به عنوان رفتارهای نابهنجار و انحرافی در قالب بیماری روانی قلمداد می‌شود. نتایج این پژوهش نشان داد که مولفه-های اجتماعی و اقتصادی بیش از ۲۹ درصد تغییرات شیوع بیماری‌های روانی در سطح استان‌های کشور را تبیین می‌کند. مولفه‌های «داشتن پیوندهای اجتماعی»، «توانمندی اقتصادی»، «دریافت حمایت‌های اجتماعی» و «دسترسی به رفاه عمومی» به ترتیب بیشترین تأثیر معنادار را بر شیوع بیماری‌های روانی در ایران داشته‌اند. این مطالعه اهمیت عوامل اجتماعی در شیوع بیماری‌های روانی و نیاز به اقدامات سیاستی و مداخلات جدی برای ارتقاء سلامت روان اعضای جامعه را برجسته می‌سازد. به طور خاص، تقویت حمایت‌های رسمی و غیررسمی و تقویت توان اقتصادی اعضای جامعه با ثبات اقتصادی و ایجاد شغل برای بهبود وضعیت سلامت روان جامعه پیشنهاد می‌گردد.

کلیدواژگان: سلامت روان، بیماری روانی، حمایت اجتماعی، توانمندی اقتصادی، محدوده قابل قبول رفتار.

مقدمه

سلامت که یکی از حقوق اساسی افراد جامعه است، از پیش‌شرط‌های مهم دستیابی جوامع به رفاه و توسعه اجتماعی می‌باشد. سازمان جهانی بهداشت، سلامتی را تنها فقدان بیماری و نقص عضو تعریف نمی‌کند، بلکه تعریف آن رفاه کامل جسمانی، روانی و اجتماعی را نیز شامل می‌شود (سازمان جهانی بهداشت، ۲۰۰۱). سازمان جهانی بهداشت که سلامت روانی را مؤلفه‌ای اساسی در این تعریف می‌داند، این اصل را در سطح جهانی پذیرفته که «هیچ سلامتی‌ای بدون سلامت روان وجود ندارد» و بدین منظور برنامه جامع اجرایی خود را برای تحقق کامل آن تدوین نموده است. چشم‌انداز برنامه اجرایی این سازمان در سطح جهانی در سال‌های ۲۰۲۰-۲۰۱۳ به دنبال

تحقق این است که «ارزشمندی سلامت روان محرز گردد، ارتقاء یافته و محافظت شود، از بیماری‌های روانی جلوگیری به عمل آید و افراد مبتلا به این بیماری‌ها قادر به دستیابی به طیف گسترده‌ای از حقوق انسانی، مشارکت کامل در جامعه و همینطور دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی و اجتماعی با کیفیت بالا باشند» (برنامه اجرایی سازمان جهانی بهداشت، ۲۰۱۲). در تلقی این سازمان سلامت روانی بسیار اهمیت دارد که بر اساس آن فرد توانمندی‌های خود را می‌شناسد، از قدرت مواجهه با فشارهای معمول زندگی برخوردار است، برای جامعه سودمند است، و می‌تواند تصمیم‌گیری و مشارکت اجتماعی داشته باشد. بر این اساس است که سلامت روان را مبنایی برای رفاه و سلامت افراد و جوامع در نظر می‌گیرند.

بر اساس گزارش سازمان جهانی بهداشت (۲۰۱۰)، «ریشه بیشتر نابرابری‌های سلامت و عمده رنج‌های انسان، اجتماعی است: عوامل اجتماعی تعیین‌کننده سلامت». امروزه تاثیر شرایط اجتماعی بر سلامت افراد کاملا پذیرفته شده، به گونه‌ای که عبارت «تعیین‌کننده‌های اجتماعی سلامت» (Social Determinants of Health) از دهه ۱۹۹۰ به طور فزاینده‌ای در متون علمی و سیاست‌گذاری مورد تاکید قرار گرفته است. به اعتقاد سازمان جهانی بهداشت که به نقش و جایگاه اساسی سلامت روان در دستیابی به سلامت برای همه افراد جامعه به خوبی واقف است، سلامت روانی مانند دیگر ابعاد سلامت از طیف گسترده‌ای از عوامل اجتماعی تاثیر می‌پذیرد. سلامت روانی نه تنها از خصوصیات یا ویژگی‌های فردی تاثیر می‌پذیرد، بلکه با توجه به شرایط اقتصادی – اجتماعی‌ای که افراد در آن قرار می‌گیرند و محیط وسیع‌تری که در آن زندگی می‌کنند نیز تعیین می‌شود (سازمان جهانی بهداشت، ۲۰۱۲). طبق تصریح برنامه جامع این سازمان برای سلامت روان، عوامل تعیین‌کننده سلامت روان و بیماری‌های روانی علاوه بر ویژگی‌های فردی، عوامل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی مانند سیاست‌های کلان ملی، حمایت اجتماعی، استانداردهای زندگی، وضعیت شغلی و شرایط اجتماعات محلی را نیز در بر می‌گیرد. به اذعان این سازمان، قرار گرفتن در معرض شرایط مستعد اجتماعی برای ابتلا به بیماری‌های روانی، احتمال ابتلاء افراد به این بیماری‌ها را بیشتر می‌کند. به عبارت دیگر، شرایط اجتماعی باعث می‌شود برخی از افراد و گروه‌ها در معرض خطر قابل توجهی در رابطه با مشکلات سلامت روان قرار بگیرند. این موضوع ما را به جایگاه و اهمیت عوامل اجتماعی در

شیوع بیماری‌های روانی توجه می‌دهد و بر ابعاد اجتماعی سلامت روان تاکید می‌کند. برای نمونه در بسیاری از جوامع، بیماری‌های روانی ناشی از فقر، خشونت خانگی، کار و استرس مفرط به ویژه برای سلامتی زنان نگرانی‌های بسیاری را موجب شده است.

بر پایه اظهار نظر کمیسیون عوامل تعیین‌کننده روانی - اجتماعی سلامتِ سازمان جهانی بهداشت، از بین عوامل مؤثر در سلامت سهم هر دسته از عوامل حدودا به این قرار است: سهم سیستم ارائه سلامت (بیمارستان‌ها، کلینیک‌ها، داروها و ...) ۲۵ درصد، سهم عوامل ژنتیکی و بیولوژیکی ۱۵ درصد، سهم عوامل فیزیکی و زیست‌محیطی و عوامل رفتاری ۱۰ درصد، و سهم عوامل اجتماعی ۵۰ درصد (مرندی، ۱۳۸۵: ۴۴). در واقع، نقش سیستم ارائه سلامت تنها یکی از عوامل تاثیرگذار است، در حالی که سلامت عمده‌ترین تأثیر را از عوامل اجتماعی که ناشی از شرایط زندگی و کار مردم است می‌پذیرد. اما با اینکه ۸۵ درصد از عوامل تأثیرگذار بر سامانه سلامت، به جز عوامل زیستی و ژنتیکی است، به نظر می‌رسد این مسئله در تمامی کشورها، از جمله ایران، نادیده گرفته شده است. بدون تردید این میزان در مورد بیماری‌های روانی بیشتر مصداق پیدا می‌کند. بنابراین، با توجه به نقش اندک عوامل زیستی و ژنتیکی در بیماری‌های روانی و در مقابل، سهم بسیار مهم و تعیین‌کننده دیگر عوامل از جمله عوامل اجتماعی ضروری است که رویکرد مناسبی اتخاذ گردد که بتواند به این عوامل موثر و مهم بپردازد.

برنامه عملیاتی‌ای که متناسب با همه کشورها باشد و بتواند نیاز همه آن‌ها را پاسخ دهد وجود ندارد، چرا که کشورها در مراحل متفاوتی از توسعه و بالطبع اجرای یک پاسخ جامع در حوزه سلامت روان قرار دارند. بدین منظور، در کشور ما نیز از سوی دولت و به طور خاص وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی سلامت روان افراد جامعه مورد توجه قرار گرفته و برنامه‌های مختلفی در راستای ارتقاء آن طراحی و به مرحله اجرا درآمده است. در برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور و در راستای سند چشم‌انداز بیست‌ساله بر رویکرد «انسان سالم» و «سلامت همه‌جانبه» و همچنین ارتقاء شاخص‌های بهداشت روان تاکید گردیده است. در این راستا، نقشه تحول نظام سلامت کشور تدوین و تصویب گشته و ارتقاء سلامت روان به عنوان یکی از بخش‌های کلیدی این نقشه هدف‌گذاری شده است. بر اساس این نقشه، برنامه جامع ارتقاء سلامت روان کشور (۱۳۹۴-۱۳۹۰) به عنوان یک سند علمی بالادستی تدوین گردیده و

دستیابی به اهداف سلامت روان در برنامه پنجم توسعه کشور را دنبال می‌کند. به طور خاص در زمینه سلامت روان، کاهش بار بیماری‌های روانی در جامعه حداقل به میزان ۵ درصد تا پایان این برنامه از اهداف آن می‌باشد. این برنامه همچنین تلاش می‌کند تا از جدیدترین دستاوردهای سلامت روان در تجربیات بین‌المللی به منظور پیشگیری از بیماری‌های روانی استفاده نماید. سرمایه‌گذاری در راستای کاهش عوامل خطرساز برای سلامت روان یکی از راهبردهای اساسی-ای است که این برنامه در دستور کار وزارت بهداشت قرار داده است.

رویکردهای زیست‌شناختی و روان‌شناختی بیماری‌های روانی را صرفا ویژگی و مشخصه‌ای مربوط به فرد می‌دانند، اما رویکردهای جامعه‌شناختی قویا به این موضوع باور دارند که این بیماری‌ها در محیط اجتماعی و به واسطه شرایط اجتماعی ایجاد و تولید می‌شوند و بر ساختارهای نابرابر اجتماعی، نقش‌های اجتماعی و عدم وجود منابع حمایت اجتماعی و سرمایه اجتماعی به عنوان عوامل اصلی شیوع این بیماری‌ها تاکید می‌کنند. شرایط ساختاری جامعه به عنوان تعیین-کننده‌های اجتماعی می‌توانند بر سلامتی تأثیر منفی بگذارند، خطر بیماری‌ها را افزایش دهند و شرایط را در میان مبتلایان به بیماری وخیم‌تر سازند. تعیین‌کننده‌های اجتماعی سلامت، شرایطی-اند که افراد در آنها متولد می‌شوند، زندگی می‌کنند، یاد می‌گیرند، کار می‌کنند، بازی می‌کنند، عبادت می‌کنند، و بر طیف وسیعی از نتایج و خطرات مرتبط با سلامتی، عملکرد و کیفیت زندگی تأثیر می‌گذارند (فریدمن، ۲۰۱۹). مطالعات گوناگون نشان داده‌اند که ساختارها و نهادهای اجتماعی، سیاسی و فرهنگی بر سلامت افراد تأثیر می‌گذارند (کیم و همکاران، ۲۰۱۲). به عنوان مثال، ساختارهای اجتماعی مانند طرد اجتماعی، تفکیک و قشربندی اجتماعی سلامت اعضای جامعه را متأثر می‌سازد (لارسون، ۲۰۱۳؛ رافائل، ۲۰۰۶؛ سازمان جهانی بهداشت، ۲۰۰۶). دولت‌ها و ایدئولوژی و سیاست‌های آنها بر زندگی مردم و در نتیجه بر سلامت آنها تأثیر می-گذارد (رافائل ، ۲۰۰۶). سیاست‌های اقتصاد کلان، سیاست‌های عمومی و سیاست‌های اجتماعی تأثیرات پایین‌دستی دارند که نتیجه آن نابرابری‌های سلامت است (کامپتون و شیم، ۲۰۱۵). به عنوان مثال، این سیاست‌ها بر بازار کار، مسکن، آموزش، مراقبت‌های بهداشتی و ... تأثیر می-گذارند و به همین ترتیب، همه آنها تعیین‌کننده‌های اجتماعی سلامت هستند (سازمان جهانی بهداشت، ۲۰۱۰).

بر اساس نتایج مطالعه‌ای که بخشی از تحقیق ملی درباره سلامت در ایران است، شیوع بیماری-های روانی در سال ۱۳۷۸ در کل کشور، استان تهران و شهر تهران به ترتیب ۲۱ درصد (۲۵/۹ درصد از زنان و ۱۴/۹ درصد از مردان)، ۲۱/۲ درصد و ۲۱/۵ درصد بوده است (نوربالا و همکاران، ۲۰۰۴). پیمایش ملی سلامت روان (۱۳۹۰-۱۳۸۹) نیز نشان داد که تقریبا از هر چهار نفر یک نفر (۲۳/۶ درصد) از افراد ۱۵ تا ۶۴ ساله کشور دچار یک یا چند اختلال روانپزشکی است که بیشتر آن‌ها از بین زنان، ساکنین مناطق شهری، افراد بیکار، افراد با تحصیلات کمتر و افراد دارای وضعیت اجتماعی و اقتصادی پایین می‌باشند. آمار منتشرنشده سال ۹۹ نیز از شیوع ۲۹/۷ درصدی بیماری‌های روانی در کشور حکایت دارد (نوربالا، ۱۳۹۹). این آمارها در حالی است که بر پایه آمار سازمان جهانی بهداشت (۲۰۰۸) میزان شیوع بیماری‌های روانی در ۱۴ کشور دنیا بین ۴/۳ درصد در شانگهای چین تا ۲۶/۴ درصد در ایالات متحده آمریکا در نوسان بوده است و بدین ترتیب وضعیت نامساعد کشور ما در رابطه با سلامت روانی مشخص می‌شود.

حال که مشخص گردید که سلامت و بیماری روان ریشه در ساختارهای اجتماعی یک جامعه دارد، مهم‌ترین پرسش جامعه‌شناختی در این زمینه این است که چه نوعی از سامانه‌ها و ساختارهای اجتماعی با توجه به عملکرد خود می‌توانند شادی، خوشبختی و سلامت روانی افراد را افزایش دهند و در مقابل، چه نوعی از ساختارها با عملکرد خود پریشانی، آشفتگی و بیماری روانی را به کمترین حد ممکن می‌رسانند؟ با عنایت به اهمیت و تاثیر شرایط اجتماعی در شیوع این بیماری‌ها، در این پژوهش نقش ساختارهای اجتماعی و اقتصادی در سلامت روان را مورد بررسی قرار دهیم.

پیشینه تحقیق

از میان تحقیقات داخلی، نتایج تحقیق چلبی و یاقوتی (۱۳۹۲) بیانگر آن است که عامل نبود پیوند اجتماعی که متشکل از دو متغیر نبود حمایت اجتماعی و جدایی اجتماعی است، بیش از سایر عوامل با افسردگی رابطه دارد. بعد از آن به ترتیب، عامل نبود موفقیت اقتصادی که شامل متغیر دست نیافتن به هدف است، و عامل نابسامانی اخلاقی که متشکل از متغیرهای بی‌اعتمادی اجتماعی، آنومی و احساس ناامنی می‌باشد، بیشترین تا کمترین سهم خالص را در توضیح

افسرگی داشته‌اند. قادرزاده و درویش‌منش (۱۳۹۶) نشان دادند که بیماری روانی در زمینه‌هایی همچون گسیختگی خانوادگی (که در پدیده‌هایی مانند طلاق، اعتیاد و خشونت جسمانی و عاطفی بروز پیدا می‌کند)، نابه‌سامانی اقتصادی، زوال شبکه‌های اجتماعی حمایتی، تجارب دردناک، رفتارهای نامتعارف و سابقه بیماری روانی ایجاد می‌شود.

توکل و فراهانی (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای جامعه‌شناختی نشان دادند که مولفه‌های مهاجرت، وضعیت شغلی، پایگاه طبقاتی، قومیت، فشارهای ساختاری و اجتماعی، مشکلات خانوادگی و سرمایه اجتماعی، همگی در به خطر انداختن سلامت روانی و ابتلای افراد به بیماری‌های روانی اثرگذارند. همچنین، توکل و مقصودی (۱۳۹۰) در بررسی مکانیسم و چگونگی تاثیرگذاری سرمایه اجتماعی بر سلامت روان از طریق مطالعه‌ای اسنادی نشان دادند که وجود سرمایه اجتماعی، شبکه‌ها و حمایت‌های اجتماعی موجب احساس آسودگی خیال، کاهش اضطراب، افزایش سیستم دفاعی بدن و در نهایت سلامت روانی می‌شود. این پژوهشگران با بررسی تئوری-ها و مدل‌های موجود در این زمینه به این نتیجه دست یافتند که وجود سرمایه اجتماعی به عنوان یک حائل در مقابل عوامل فشارزای درونی و بیرونی نقش مثبتی ایفا می‌کند. افرادی که به عضویت در گروه‌ها موفق می‌شوند اثرات منفی روانی ناشی از استرس‌های محیطی را دفع می-کنند و به این ترتیب بیماری‌های روانی در آنها کاهش می‌یابد.

مهرگان و همکاران (۱۳۹۵) در بررسی تاثیر شرایط اقتصادی و اجتماعی بر سلامت روانی در استان‌های ایران به رابطه معکوس و معنادار بین بیکاری، ضریب جینی، نرخ شهرنشینی و تورم، و همچنین رابطه مثبت و معنادار بین رشد اقتصادی و سرمایه اجتماعی با سلامت روان دست یافتند. نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش گویای این مطلب است که رشد اقتصادی و سلامت روانی با هم در ارتباط هستند؛ به گونه‌ای که سلامت روانی همراه با رشد اقتصادی افزایش و پس از رسیدن به یک نقطه عطف کاهش می‌یابد. در کشورهای در حال توسعه، سلامت جمعیت با رشد و توسعه اقتصادی و از طریق افزایش استانداردهای زندگی بهبود پیدا می‌کند، اما پس از رسیدن به یک نقطه عطف، مواردی مانند رشد شهرنشینی و زندگی پراسترس، ترافیک، تبعات منفی ازدحام جمعیت در شهرها و ... آغاز می‌شود و سلامت روانی کاهش می‌یابد. فاضلی و همکاران (۱۳۹۲) با بررسی رابطه رفاه، سرمایه اجتماعی و سلامت روانی، نشان دادند که رفاه مادی تبیین-

کننده تغییرات سطح سلامت روانی در جامعه ایران نیست، سرمایه اجتماعی روابط نسبتا ضعیفی دارد و پارادوکس ایسترلین به نوعی در خصوص جامعه ایران وضعیت پیچیده‌تری دارد. در حالت تاثیرگذاری متغیرهای دیگر و سرمایه اجتماعی فرسوده‌شده، تغییرات سطح رفاه اقتصادی افراد جامعه بر تغییرات سطح سلامت روان آن‌ها بی‌تاثیر است.

نتایج پژوهش ریاحی و همکاران (۱۳۸۹) نشان داد که حمایت اجتماعی و جنسیت اثرات مستقیمی بر سلامت روان داشته‌اند، در حالی که طبقه اجتماعی و دین‌داری از طریق افزایش میزان حمایت اجتماعی ادراک‌شده، اثرات غیرمستقیمی بر سلامت روان افراد می‌گذارند. به گفته این پژوهشگران، افراد متعلق به طبقات بالاتر اجتماعی به علت برخورداری از منابع ارزشمند و کمیابی نظیر قدرت، ثروت و منزلت، احتمالا بیش‌تر از همتایان خود در طبقات پایین‌تر در شبکه‌های اجتماعی عضویت دارند و این امر می‌تواند در مواقع لزوم حمایت اجتماعی بیشتری را فراهم نماید که برای سلامت روان آنها مفید می‌باشد. عریضی و همکاران (۱۳۸۳) نشان دادند که طبقات پایین جامعه به دلیل سطح زندگی پایین، درآمد کم، امکانات و تسهیلات نامناسب فشارهای روانی بیشتری را تجربه می‌کنند و در نتیجه بیشتر دچار افسردگی و برخی بیماری‌های جسمانی و روانی می‌شوند.

محسنی تبریزی و راضی (۱۳۸۶) نیز به این نتیجه دست یافتند که بین حمایت اجتماعی و سلامت روانی رابطه وجود دارد. از بین منابع حمایتی نیز حمایت اجتماعی خانواده تاثیر بیشتری نسبت به حمایت دوستان و سایر افراد داشته است. بررسی سایر فرضیات در این پژوهش نشان داد که بین وضعیت اجتماعی – اقتصادی از یک سو و حمایت اجتماعی و سلامت روان از سوی دیگر رابطه معنی‌داری وجود دارد. یافته‌های پژوهش خاقانی‌زاده و سیرتی (۱۳۸۳) در بین جانبازان اعصاب و روان نشان داد که از نظر آن‌ها از میان عوامل موثر خانوادگی، عدم سازش و همفکری و احترام متقابل پدر و مادر ۷۲/۲ درصد، همسر ۹۱/۳ درصد و فرزندان ۸۵ درصد در تشدید علائم روانپزشکی‌شان موثر است. همچنین از میان عوامل اجتماعی – اقتصادی، عدم برخورداری از تسهیلات رفاهی و امکانات تفریحی را ۹۷/۸ درصد، مضیقه مالی را ۹۴/۶ درصد و بدرفتاری همسایگان و دوستان را ۸۱/۸ درصد موثر دانسته‌اند.

سیدان (۱۳۸۳) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافت که وضعیت‌های ساختاری نابرابر

اجتماعی – اقتصادی، با ایجاد دست‌یابی نابسنده و نابرابر زنان به منابع خصوصی و همگانی، به پیدایش تنش در زنان کمک می‌کند و آنان را هرچه بیشتر به سمت بیماری روانی می‌کشاند. وضعیت اجتماعی – اقتصادی زنان از راه تقسیم کار و روابط قدرت در خانواده، بر تنش و فشار روانی آنان می‌افزاید. محسنی تبریزی و سیدان (۱۳۸۳) در پژوهشی با عنوان «منشا اجتماعی افسردگی زنان» معتقدند که فشارهای روانی زنان به طور وسیعی از مسائل و حوادث اجماعی تاثیر می‌پذیرد. یافته‌های این پژوهش مؤید آن است که رابطه معناداری بین متغیر فشار روانی و پایگاه اجتماعی – اقتصادی زنان وجود دارد و بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی و دستیابی بیشتر زنان به منابع ارزشمند اجتماعی و اقتصادی از احتمال بروز فشار روانی در آن‌ها می‌کاهد.

در بین تحقیقات خارجی نیز الچاک و همکاران (۲۰۲۱) نشان دادند که بین عدم حمایت ادراک‌شده از دیگران، افزایش ناخشنودی درونی، ناراحتی روانی و خودکشی رابطه وجود دارد. همچنین مشخص شد که تنهایی واسطه رابطه بین حمایت ادراک‌شده از خانواده و پیامدهای سلامت روانی و تا حدی واسطه رابطه بین ناخشنودی درونی و پریشانی روانی است. عبدی و همکاران (۲۰۲۱) با بررسی عوامل اجتماعی موثر بر سلامت روان در بین زنان ساکن در محلات فقیرنشین، نشان دادند که در بین عوامل تعیین‌کننده ساختاری، موقعیت اقتصادی – اجتماعی دارای بیشترین فراوانی بوده است. در میان عوامل تعیین‌کننده میانی نیز شرایط زندگی، ناامنی غذایی، سرمایه اجتماعی و حمایت اجتماعی با وضعیت سلامت روانی مرتبط بودند. این پژوهشگران به این نتیجه دست یافتند که زنانی که در مناطق فقیرنشین زندگی می‌کنند مستعد ابتلا به اختلالات روانی و سلامت روانی ضعیف هستند.

گودکایند و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهش خود نشان دادند که ۴۱ درصد از پناهندگان عوامل استرس‌زای اقتصادی را منبع اصلی بیماری روانی بود خود دانستند. همچنین مسیرهایی را توصیف کردند که از طریق آن‌ها این عوامل استرس‌زا با محدود کردن توانایی یادگیری زبان انگلیسی، به دست آوردن شغل معنی‌دار، دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی، برقراری ارتباط با خانواده و ادغام در جوامع خود، بر سلامت روان آنها تأثیر منفی گذاشته است. نتایج تحقیق کیم (۲۰۲۰) نشان داد که نابرابری و طبقه‌بندی اجتماعی می‌تواند سلامت جمعیت در نسل بعدی را از طریق طبقه-بندی اقتصادی – اجتماعی در مدارس مشخص سازد. تحقیق استروچین و گادیر (۲۰۱۷) نیز نشان

داد که عمق فقر جاری با اضطراب / افسردگی کودک ارتباط داشت، در حالی که فقر مداوم با رفتار ضداجتماعی کودک همراه بود.

سیلوا و همکاران (۲۰۱۶) با مرور پژوهش‌های منتشرشده در مورد تأثیر عوامل اقتصادی و اجتماعی - جمعیتی با سلامت نشان دادند که ۷۸ مطالعه به ارتباط بین عوامل سطح فردی و سلامت روان ازجمله درآمد کم، زندگی نکردن با شریک زندگی، عدم حمایت اجتماعی، جنسیت زن، سطح پایین تحصیلات، وضعیت اقتصادی اجتماعی پایین، بیکاری، فشار مالی و تبعیض ادراک‌شده پرداخته‌اند. ۶۹ مطالعه نیز ارتباط بین عوامل سطح منطقه‌ای و سلامت روان، یعنی شرایط اقتصادی اجتماعی همسایگی، سرمایه اجتماعی، توزیع جغرافیایی و محیط ساختمانی، مشکلات محله و ترکیب قومیتی را بررسی کرده‌اند. آلبو[۱] و همکاران (۲۰۱۴) نشان دادند مادرانی با موقعیت‌های اقتصادی و اجتماعی پایین زمانی که در محله‌های سطح پایین زندگی می‌کنند، فاقد حمایت اجتماعی، عزت نفس و سلامت روان هستند. نتایج مطالعه نپ و ایمی۲ (۲۰۱۴) نیز نشان داد که اشتغال و سطح تولید رابطه مثبت و فقر و بیکاری رابطه منفی با سلامت روان دارند. مشکلات اقتصادی ریسک ابتلا به اختلالات روانی را افزایش می‌دهد و همچنین خطر ابتلا به اختلالات روانی برای کشوری با تجربه رکود طولانی‌مدت بسیار بالاست.

استروب و همکاران (۲۰۰۵) در تحقیق خود گزارش کردند که هرچه میزان حمایتی که فرد از سوی دیگران دریافت می‌کند بالاتر باشد، به همان نسبت سلامت روانی بالاتری دارد و کمتر دچار رفتارهای خشونت‌آمیز علیه اطرافیانش می‌شود. سیلورا و آلبک (۲۰۰۱) نیز با بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و سلامت روان مهاجران نشان دادند که عوامل مهمی چون حمایت پایین خانوادگی و به طور خاص تنهایی، دسترسی محدود و نامناسب به خدمات جمعی، ناتوانی در برگشت به خانه و تحقیر اجتماعی در مختل‌شدن سلامت روانی مهاجران موثر می‌باشد. همچنین دسترسی نامناسب به خدمات، آشفتگی در حمایت‌های اجتماعی، از دست دادن خویشاوندان و دوستان، و فاصله جغرافیایی از خانواده و بستگان در آشفتگی روانی مهاجران

۱- Albo

۲- Knapp & Iemmi

نقش موثری دارند. به اعتقاد کاواچی (۲۰۰۱)، پیوندهای اجتماعی تأثیر به‌سزایی در حفظ سلامت روانی افراد دارد. افراد به لحاظ اجتماعی منزوی از نظر سلامت روانی در وضعیت مطلوبی به سر نمی‌برند؛ شبکه‌های اجتماعی کوچکتر، روابط خویشاوندی کمرنگ‌تر، و دریافت حمایت اجتماعی اندک باعث ایجاد حالت افسردگی و یأس در افراد می‌شود.

مروری بر پژوهش‌های انجام‌شده، از غلبه روش‌شناسی کمی و رویکرد روان‌پزشکی به بیماری-های روانی حکایت دارد. آن‌چه در این پژوهش‌ها مغفول مانده است، واکاوی زمینه‌های ساختاری بیماری روانی در حوزه‌های اجتماعی و اقتصادی و بررسی دقیق سهم هر کدام از این ساختارها می‌باشد.

چارچوب نظری

بر خلاف رویکرد زیست‌پزشکی که صرفا به جنبه‌های فیزیکی بدن توجه نشان می‌دهد و بیماری را حاصل اختلال و آشفتگی در سازوکارهای جسمی می‌داند، رویکرد جامعه‌شناختی، توجه خود را بیشتر به ساختارهای اجتماعی و محیطی‌ای که فرد در آن به سر می‌برد، معطوف می‌دارد. در دیدگاه جامعه‌شناسی در بررسی سلامت روانی نمی‌شود و نباید فرد را به تنهایی مطالعه کنیم، بلکه به دلیل این که سلامت یا بیماری فرد عمدتا در درون روابطی (با خود، گروه‌ها و یا ساختارهای جامعه) ایجاد می‌شود، ضروری است که عوامل و زمینه‌های اجتماعی را نیز مطمح نظر قرار دهیم. جامعه‌شناسی پزشکی به عنوان یکی از زیرشاخه‌های جامعه‌شناسی ساختارهای اجتماعی و این که به چه نحو سلامت و بیماری در جامعه ایجاد می‌شوند را بررسی می‌کند. نظریه جامعه‌شناختی تبیین می‌کند که چگونه نظم تجویزی اجتماعی، شرایطی را ایجاد می‌کند که سبب آشفتگی روانی مردم می‌شود (تاسیگ و همکاران، ۱۳۸۶).

در این پژوهش برای تبیین این که شرایط اجتماعی چگونه سلامت روان را تحت‌الشعاع قرار می-دهد، بر ساختار اجتماعی و دو بعد آن (نقش و پایگاه) تأکید می‌کنیم. تلاقی این نقش‌ها و پایگاه‌ها بیانگر این است که هر فردی در زندگی خود ویژگی‌های منزلتی و نقشی متعددی دارد که در مجموع شرایط زندگی او و جایگاهش را در ساختار اجتماعی نشان می‌دهد (همان). بنابراین، در سطح ساختاری که مد نظر این پژوهش است، اعضای جامعه به واسطه پایگاه

اجتماعی‌ای که در جامعه احراز کرده‌اند و همچنین نقش‌هایی که به واسطه این موقعیت‌ها ایفای آن‌ها را در حیطه‌های مختلف زندگی بر خود لازم می‌دانند، پیوند عمیقی با ساختارهای جامعه پیدا می‌کنند.

سلامت و بیماری و به طور خاص سلامت روان را نیز می‌توان بدین صورت از طریق بررسی رابطه افراد با ساختارهای اجتماعی مورد مطالعه قرار داد. بر اساس معیار کارکردی، سلامتی معادل توانایی به عهده گرفتن نقش‌های اجتماعی است. به عبارت دیگر، برخورداری از سلامتی به افراد این اطمینان را می‌دهد که قادر به ایفای نقش‌های اجتماعی خود در جامعه خواهند بود. زمانی که افراد در پایگاه اجتماعی خود در ساختار جامعه، نتوانند نقش‌هایی که جامعه از آن‌ها انتظار دارد را به طور صحیح اجرا نمایند، رفتارشان از حالت بهنجار، طبیعی و سالم خارج می‌شود. به عبارت دیگر، در برخی از مواقع و به واسطه جایگاه و شرایط ساختاری افراد، فاصله و شکافی بین این نقش و نقش اجراشده (که رفتارهای واقعی‌ای است که فرد در پایگاه خود در رابطه متقابل با سایر افراد از خود نشان می‌دهد) ایجاد می‌شود. بدین ترتیب، اگر رفتار فردی از نقش مقرر و هنجارها و انتظارات وابسته به آن فاصله زیادی بگیرد، رفتار او خارج از محدوده قابل قبول تلقی می‌گردد و منجر به طرد و مجازات اجتماعی می‌شود.

اجرای صحیح و قابل قبول نقش‌های اجتماعی اعضای جامعه در پایگاه‌های اجتماعی خود به عملکرد صحیح ساختارهای اجتماعی بستگی دارد. ساختارهای جامعه کارکردهایی دارند و عملکرد درست یا نادرست آن‌ها خود را در زندگی روزمره و رفتارهای اجتماعی افراد نشان می‌دهد. ساختارهایی که کارکرد خود را به درستی به انجام می‌رسانند، بهنجاری رفتار و بالطبع سلامت روانی افراد جامعه را به همراه می‌آورند و بدین ترتیب نظم جامعه را حفظ می‌کنند. در مقابل، ساختارهایی که از عهده کارکردهای ضروری خود برنمی‌آیند و عملکرد درستی در نسبت با اعضای جامعه ندارند، موجد «فشار ساختاری» بر افراد می‌شوند که رفتارهای نابهنجار و «خارج از محدوده قابل قبول» (از جمله انواع بیماری‌های روانی) را در آن‌ها به دنبال می‌آورد.

در این تحقیق، مولفه‌های تعیین‌کننده بیماری روانی و نقش آن‌ها در شیوع بیماری‌های روانی بر اساس رویکرد پارسونزی و تأکید خاص بر دو ساختار اجتماعی و اقتصادی دنبال می‌شود. ما این موضوع را در سطح کلان از طریق آمار و داده‌های مرتبط با مولفه‌هایی که از زمینه ساختاری

حکایت می‌کنند مورد مطالعه و بررسی قرار می‌دهیم. در واقع، هر کدام از ساختارهای جامعه به عنوان خرده‌نظام‌های نظام اجتماعی متناسب با وضعیت و شرایط عملکردی و کارکردی خود، میزان‌های متفاوتی از قدرت را در حوزه‌های مربوط به خود در اختیار افراد جامعه قرار می‌دهند و بالطبع امکان‌های متفاوتی را به منظور ایفای نقش‌های اجتماعی برای آنها فراهم می‌کنند؛ امکان-هایی که می‌تواند به حفظ بهنجاری و سلامت یا رفتارهای انحرافی‌ای همچون بیماری‌های روانی منجر شود. در واقع، بر اساس بهره‌مندی اعضای جامعه از قدرت در ساختارهای اجتماعی و اقتصادی، موفقیت یا عدم موفقیت افراد در ایفای نقش‌های اجتماعی و بالطبع شیوع بیماری‌های روانی در جامعه قابل تبیین می‌باشد.

بدین ترتیب، اگر ساختارهای جامعه نتوانند عملکرد مناسبی داشته باشند و کارکردهای خود را به درستی ایفا کنند، با فشار ساختاری خود بر روی اعضای جامعه به شیوع بیماری‌های روانی در جامعه دامن می‌زنند. به عبارت دیگر، اگر ساختارها دچار کژکارکردی شوند، بروز و ظهور این کژکارکردی‌ها را که بی‌قدرتی افراد جامعه را به همراه دارد، به طور عینی در افراد و به طور خاص در وضعیت سلامت روان آن‌ها مشاهده خواهد شد. به طور خلاصه، از این زاویه، عامل عمده ایجادکننده بیماری‌های روانی روابط بیمارگونه ساختارها با افراد جامعه قلمداد می‌شود. در واقع، از آن‌جا که بیماری افراد بیانگر بیماری جامعه است، بیماری‌های روانی از عملکرد نامناسب ساختارهای جامعه حکایت می‌کند، چرا که میزان محدودی از قدرت را در اختیار افراد در پایگاه‌های مختلف اجتماعی قرار می‌دهد که آن‌ها را در ایفای صحیح نقش خود آن‌گونه که جامعه و اعضای آن انتظار دارند، با مشکل مواجه می‌سازد. بدین ترتیب، این افراد رفتاری را از خود بروز می‌دهند که خارج از محدوده قابل قبول قرار می‌گیرد و به عنوان یک رفتار انحرافی و بیمارگونه که هنجارهای مرسوم جامعه را نقض کرده است، تلقی و طرد می‌شود. این بی‌قدرتی ناظر به حوزه‌های مختلف ساختاری و مولفه‌های مرتبط به آن‌هاست که مورد توجه و تأکید این پژوهش قرار دارد. بنابراین، در این پژوهش با بهره‌مندی از نظریه فشار ساختاری مرتون، نقش ساختارهای اجتماعی و اقتصادی و مولفه‌های ساختاری ناظر به آنها (که بر اساس کارکردهای اصلی این ساختارها احصا شده‌اند) را در شیوع بیماری‌های روانی مورد بررسی قرار خواهیم داد.

در ساختار اجتماعی که کارکرد حفظ انسجام و همبستگی را بر عهده دارد، نقش مولفه‌های

«دریافت حمایت‌های اجتماعی» و «داشتن پیوندهای اجتماعی» و تأثیر آن‌ها بر شیوع بیماری‌های روانی مورد بررسی قرار می‌گیرد. ساختار اجتماعی سالم و با عملکرد مناسب، حمایت اجتماعی کافی از اعضای جامعه را فراهم می‌آورد و امکان پیوندهای اجتماعی محکم و پایدار را در بین آنها محقق می‌سازد و بدین ترتیب، قدرت افراد را برای ایفای صحیح نقش‌های اجتماعی تأمین می‌نماید. به عبارت دقیق‌تر، وضعیت افراد در رابطه با مولفه‌های حمایت اجتماعی و پیوند اجتماعی، میزان کم یا زیاد قدرت آن‌ها را در ساختار اجتماعی برای به انجام رساندن نقش‌های مقرر اجتماعی مشخص می‌سازد، نقش‌های مقرری که ایفای آن‌ها توسط افراد در دایره قابل قبول، آن‌ها را به لحاظ روانی سالم معرفی می‌کند. در واقع، ایفای این رفتار به قدرتی نیاز دارد که ساختار اجتماعی با مولفه‌های حمایت اجتماعی و پیوند اجتماعی در اختیار فرد قرار می‌دهد.

در رابطه با ساختار اقتصادی جامعه که کارکرد انطباق در نظام اجتماعی را عهده‌دار است، نقش «توانمندی اقتصادی» و «دسترسی به رفاه عمومی» در شیوع بیماری‌های روانی بررسی می‌شود. در این زمینه نیز نظریه فشار ساختاری مرتون راهگشاست. در مورد توانمندی اقتصادی، هر فردی برای داشتن زندگی مطلوب و دستیابی به اهداف خود در زندگی نیاز به امکانات لازمی دارد که از آن تحت عنوان وسایل نهادی‌شده یاد می‌شود. دستیابی به این وسایل نهادی‌شده بستگی به پایگاه فرد در ساختار اجتماعی دارد؛ ساختار اجتماعی می‌تواند دسترسی افراد به این وسایل را ممکن، محدود و یا قطع کند. در نتیجه، فرد با توجه به جایگاه ساختاری خود قدرت لازم را پیدا نمی‌کند که نقشش را متناسب با انتظارات جامعه اجرا نماید. این موضوع ایجاد و تشدید استرس را در او به دنبال دارد که می‌تواند او را به اختلالات روانی‌ای همچون اختلالات اضطرابی مبتلا سازد. در این حالت، فرد درمانده می‌شود و قادر نیست فعالیت‌ها و نقش‌های روزمره خود را انجام دهد. همچنین، بخش مهمی از داشتن زندگی توأم با آرامش، به دسترسی به امکانات و خدماتی برمی‌گردد که موقعیت فرد در ساختارهای اجتماعی میزان این دسترسی را تعیین می‌کند. به عبارت دقیق‌تر، رفاه عمومی فرد آرامش فکر و روان او را موجب می‌شود و سلامت روان او را به همراه دارد. در مقابل، عدم دسترسی به خدمات و امکانات لازم برای زندگی، می‌تواند با تشدید استرس و افسردگی در فرد او را به اختلالات روانی مبتلا سازد.

بدین‌ترتیب، برای بررسی نقش ساختار اجتماعی، مولفه‌های «دریافت حمایت‌های اجتماعی» و

«داشتن پیوندهای اجتماعی» و برای بررسی نقش ساختار اقتصادی، مولفه‌های «توانمندی اقتصادی» و «دسترسی به رفاه عمومی» مورد بررسی قرار می‌گیرند. بدین منظور، در این پژوهش که با تحلیل ثانویه داده‌ها در سطح کشور و به تفکیک استان در بازه شش ساله ۹۳ تا ۹۸ انجام شده، فرضیات متناسب با نظریه مورد آزمون و بررسی قرار می‌گیرند؛ این‌گونه که با رفت و برگشت میان داده و نظریه تصویر روشنی از ارتباط میان انواع مولفه‌های ساختاری با شیوع بیماری‌های روانی استنتاج و بیان شده است.

روش تحقیق

این تحقیق بر اساس تحلیل داده‌های موجود در جامعه ایران و بر حسب استان به انجام رسیده است. مسیر روشی پژوهش به این شکل بوده که در ابتدا مولفه‌های ساختاری در ابعاد اجتماعی و اقتصادی از چارچوب نظری پژوهش استخراج و شناسایی شده است. سپس، مقادیر آن‌ها در ایران و به تفکیک استان‌ها به دست آمده و در نهایت در ارتباط با وضعیت سلامت روان مورد بررسی قرار گرفته است.

داده‌های مربوط به سلامت روان از منابع زیر استخراج و تحلیل شده‌اند (در سطح کشور و به تفکیک استان در بازه ۹۳ تا ۹۸): ۱. پیمایش ملی سلامت روان و سرمایه اجتماعی (۱۳۹۳)، ۲. طرح ملی سلامت و بیماری (۱۳۷۸)، ۳. پیمایش ملی سلامت روان (۹۰-۸۹)، ۴. پایگاه داده سازمان بهزیستی کشور (در فاصله سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ از طریق ارائه خدمات مشاوره‌ای در مراکز مشاوره خود در سراسر کشور و ثبت آمار مراجعین در زمینه اختلالات روانی). از داده‌های سازمان بهزیستی کشور در سال ۱۳۹۸ برای برآورد تا سال ۱۳۹۳ بر اساس ضریب رشد به‌دست-آمده استفاده شد و درصد بیماری روانی طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ برآورد گردید. در پیمایش‌های سلامت روان (طرح ملی سلامت و بیماری در سال ۱۳۷۸ و پیمایش ملی سلامت روان و سرمایه اجتماعی در سال ۱۳۹۳) که مبنای برآورد سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ بوده‌اند، از پرسشنامه ۲۸ ماده‌ای سلامت عمومی (GHQ-۲۸) به عنوان ابزار غربالگری برای تشخیص اختلالات روانی استفاده شده که توسط گلدبرگ و هیلیر (۱۹۷۹) برای غربالگری جسمانی-سازی، اضطراب، اختلال عملکرد اجتماعی و افسردگی تهیه شده است. بررسی مطالعات مربوط

به اعتبارسنجی GHQ-۲۸ در کشورهای مختلف، اعتبار و قابلیت اطمینان بالای آن را نشان داده است (گلدبرگ و هیلر، ۱۹۷۹).

داده‌های مربوط به عوامل ساختاری (مولفه‌های اجتماعی و اقتصادی) نیز از منابع زیر استخراج و تحلیل شده‌اند (در سطح کشور و به تفکیک استان در بازه ۹۳ تا ۹۸): ۱. مرکز آمار ایران: سالنامه‌های آماری با ارائه آمار و اطلاعات صحیح در خصوص اندازه، ساختار و ویژگی‌های جمعیت کشور، ابزار مناسبی را برای طراحی و اجرای برنامه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در اختیار برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران و مسئولان کشور قرار می‌دهد. ۲. بانک مرکزی: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و اداره بررسی‌ها و سیاست‌های اقتصادی آن جهت نیل به اهداف خود که همانا کنترل تورم و توسعه اقتصادی است، اقدام به گردآوری و تهیه طیف وسیعی از آمارهای اقتصادی می‌کند که می‌تواند در پژوهش‌های مختلف مورد استفاده قرار بگیرد.

ساخت شاخص‌ها

شاخص اندازه‌ای مرکب است برای نشان دادن اجزای مختلف مفهوم مورد بررسی. به عبارت دیگر، شاخص ترکیبی است از رشته‌ای از معرف‌ها که با هم جمع شده‌اند (بیکر، ۱۳۸۸: ۴۴۸). در این پژوهش، تعیین‌کننده‌های اجتماعی موثر بر سلامت روان با توجه به چارچوب نظری پژوهش احصا شده‌اند. در مدل نظری نظام اجتماعی پارسونز، چهار خرده‌نظام شامل نظام اقتصادی، نظام سیاسی، اجتماع جامعه‌ای و نظام جامعه‌پذیری وجود دارد که بر اساس آن، نظم جامعه به تامین مستمر همین ضرورت‌های کارکردی، حفظ روابط متعادل و مسالمت‌آمیز میان آنها، هماهنگی میان آنها با سایر نظام‌های کنش و با محیط بستگی دارد (جیسوب، ۱۹۷۲: ۱۷-۱۶). در خرده‌نظام اجتماعی، انسجام، هماهنگی و همکاری بین اجزا حائز اهمیت است. مقتضیات ساختاری نظام در بعد اقتصادی نیز مواجهه با محیط بیرونی و بقا در آن است (چلبی، ۱۳۸۳).

در این پژوهش، مطالعه ساختار اقتصادی جامعه، با بررسی «توانمندی اقتصادی» از طریق بررسی مولفه‌هایی همچون نرخ بیکاری، درآمد خالص سالانه خانوار و ... و «دسترسی به رفاه عمومی» از طریق مولفه‌هایی مانند ضریب نفوذ اینترنت و تلفن همراه، برخورداری از خدمات آب شهری، برق، گاز و ... صورت می‌گیرد. ساختار اجتماعی نیز با بررسی «دریافت حمایت‌های اجتماعی» به

واسطه مولفه‌هایی همچون تعداد افراد تحت پوشش سازمان تامین اجتماعی، تعداد شرکت‌های تعاونی در حوزه‌های خدماتی، مسکن، روستایی و ... و «داشتن پیوندهای اجتماعی» با مولفه‌هایی مانند میزان عمومی ازدواج و طلاق، سکونت در مناطق روستایی و شهری، تراکم خانوار در واحد مسکونی و ... بررسی می‌گردد. از آن‌جا که تفاوت در شاخصه‌های اندازه متغیرها (نسبت، میزان، نرخ و ...)، در تجمیع آن‌ها برای ساختن مولفه‌ها و شاخص‌های مطالعه سوگیری ایجاد می‌کند، ابتدا تمامی متغیرها با استفاده از نمره استاندارد **Z** استاندارد شده‌اند. با استفاده از این فرمول امکان مقایسه واقعی متغیرهایی که واحد سنجش متفاوتی دارند، فراهم می‌شود.

با توجه به این‌که مولفه‌ها و شاخص‌ها از مطالعات تجربی پیشین و همین‌طور نظریه‌های مرتبط به دست آمده‌اند، اعتبار تجربی و اعتبار سازه مولفه‌ها و شاخص‌های مورد مطالعه از سطح بالایی برخوردار است. برای بررسی پایایی سازه‌ها در این تحقیق، از آلفای کرونباخ و به طور خاص روش اعتبار مرکب برای هر یک از سازه‌ها استفاده شد که در آن مقدار آلفای کرونباخ باید بزرگتر از مقدار ۰.۷ باشد. جدول ۱ تعداد گویه‌ها و مقدار آلفای کرونباخ مولفه‌های تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول (۱)- پایایی و تعداد گویه‌های مولفه‌های اجتماعی و اقتصادی

مولفه‌ها	آلفای کرونباخ	تعداد گویه‌ها
دریافت حمایت‌های اجتماعی	۰.۶۴۹	۷
داشتن پیوندهای اجتماعی	۰.۷۱۵	۷
توانمندی اقتصادی	۰.۸۷۱	۱۰
دسترسی به رفاه عمومی	۰.۶۳۹	۷

در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌های ثانویه، با استفاده از آماره‌های استنباطی آزمون‌های آماری مختلف مانند محاسبه ضریب همبستگی (پیرسون و اسپیرمن)، و رگرسیون چندگانه برای بررسی میزان قدرت تبیین سلامت روان توسط متغیرهای اجتماعی و اقتصادی مورد استفاده قرار گرفت. به منظور ارائه اطلاعات توصیفی، داده‌های موجود با کمک نرم‌افزار **Excel** پایش شده و اطلاعات مورد نیاز استخراج گشته است. علاوه بر این، آمار و اطلاعات استنباطی نیز به کمک نرم‌افزار **SPSS** به دست آمده است.

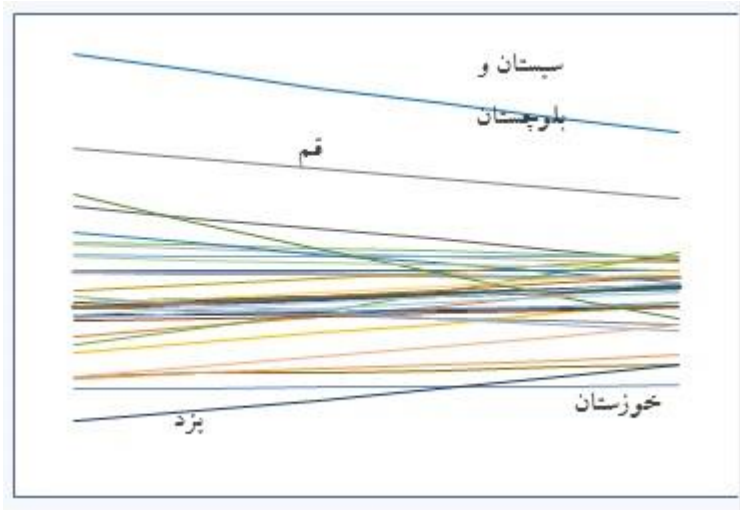
یافته‌های تحقیق

داده‌های مربوط به شیوع بیماری‌های روانی به تفکیک استان‌های کشور طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ با بهره‌گیری از داده‌های جدید سازمان بهزیستی کشور در سال ۱۳۹۸ برای برآورد تا سال ۱۳۹۳ بر اساس ضریب رشد به‌دست‌آمده برآورد گردید.

جدول (۲)- درصد بیماری‌های روانی استان‌های کشور طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸

سال / استان	۱۳۹۳	۱۳۹٤	۱۳۹٥	۱۳۹٦	۱۳۹۷	۱۳۹۸
آذربایجان شرقی	۹.۲۸	۹.۲۸	۹.۲۸	۹.۲۸	۹.۲۸	۸.۲۸
آذربایجان غربی	۳.۲۳	۱.۲۴	۲۵	۹.۲۵	۹.۲۶	۸.۲۷
اردبیل	۷.۲۸	۶.۲۸	۵.۲۸	۴.۲۸	۳.۲۸	۲.۲۸
اصفهان	۲۲	۸.۲۲	۶.۲۳	۴.۲۴	۳.۲۵	۲.۲۶
البرز	۲۵	۲.۲۵	۴.۲۵	۷.۲۵	۹.۲۵	۲.۲۶
ایلام	۶.۲۲	۲۴	۴.۲۵	۲۷	۶.۲۸	۳.۳۰
بوشهر	۱.۲۵	۲.۲۵	۴.۲۵	۵.۲۵	۷.۲۵	۸.۲۵
تهران	۶.۲۴	۸.۲۴	۲۵	۳.۲۵	۵.۲۵	۸.۲۵
چهارمحال و بختیاری	۲.۳۴	۲.۳۳	۳.۳۲	۴.۳۱	۵.۳۰	۷.۲۹
خراسان جنوبی	۱.۲۰	۳.۲۰	۴.۲۰	۶.۲۰	۸.۲۰	۲۱
خراسان رضوی	۸.۲۵	۱.۲۶	۵.۲۶	۸.۲۶	۲.۲۷	۵.۲۷
خراسان شمالی	۲.۲۶	۵.۲۶	۷.۲۶	۹.۲۶	۲.۲۷	۴.۲۷
خوزستان	۱.۱۹	۱.۱۹	۲.۱۹	۲.۱۹	۲.۱۹	۳.۱۹
زنجان	۹.۱۹	۳.۲۰	۷.۲۰	۱.۲۱	۴.۲۱	۸.۲۱
سمنان	۹.۳۰	۶.۳۰	۳.۳۰	۳۰	۷.۲۹	۴.۲۹
سیستان و بلوچستان	۸.۴۶	۴.۴۵	۴۴	۷.۴۲	۴.۴۱	۲.۴۰
فارس	۱.۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۹.۲۹	۹.۲۹
قزوین	۱.۳۱	۹.۳۰	۷.۳۰	۵.۳۰	۲.۳۰	۳۰
قم	۹.۳۸	۱.۳۸	۲.۳۷	۴.۳۶	۶.۳۵	۸.۳۴
کردستان	۶.۲۵	۲.۲۶	۷.۲۶	۲.۲۷	۸.۲۷	۳.۲۸
کرمان	۸.۲۵	۵.۲۵	۲.۲۵	۹.۲۴	۶.۲۴	۳.۲۴

کرمانشاه	۱.۲۷	۶.۲۷	۱.۲۸	۷.۲۸	۳.۲۹		۸.۲۹
کهگیلویه و بویر احمد	۹.۳۱	۱.۳۱	۲.۳۰	۴.۲۹	۶.۲۸		۸.۲۷
گلستان	۲.۳۵	۸.۳۲	۶.۳۰	۶.۲۸	۶.۲۶		۸.۲۴
گیلان	۶.۲۶	۲۶	۵.۲۵	۹.۲۴	۴.۲۴		۹.۲۳
لرستان	۲۰	۸.۲۰	۶.۲۱	۵.۲۲	۳.۲۳		۳.۲۴
مازندران	۱.۲۵	۶.۲۵	۱.۲۶	۶.۲۶	۲.۲۷		۸.۲۷
مرکزی	۲۶	۵.۲۶	۲۷	۵.۲۷	۱.۲۸		۶.۲۸
هرمزگان	۹.۲۴	۳.۲۵	۷.۲۵	۲.۲۶	۶.۲۶		۲۷
همدان	۳۰	۷.۲۹	۵.۲۹	۳.۲۹	۱.۲۹		۸.۲۸
یزد	۳.۱۶	۲.۱۷	۱.۱۸	۱۹	۲۰	۱.۲۱	



نمودار (۱)- روند بیماری‌های روانی استان‌های کشور طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸

توزیع بیماری‌های روانی در سطح استان‌های کشور طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ در جدول شماره ۲ قابل مشاهده است. طی این مدت استان‌های یزد، خوزستان، خراسان جنوبی و زنجان پایین‌ترین سطح بیماری‌های روانی را در بین استان‌های کشور داشته‌اند. همچنین استان‌های سیستان و بلوچستان، قم و چهارمحال و بختیاری دارای بیشترین نسبت بیماری‌های روانی بوده‌اند. در سال ۱۳۹۳ بیشترین میزان بیماری‌های روانی در استان سیستان و بلوچستان با ۴۶.۸ درصد بوده است و

کمترین میزان نیز در استان یزد با ۱۶.۳ درصد. تفاوت این دو استان بیش از ۳۰ درصد بوده است. در حالی که در سال ۱۳۹۸ بیشترین میزان در استان سیستان و بلوچستان با ۴۰.۲ درصد و کمترین میزان در استان خوزستان با ۱۹.۳ درصد. اختلاف این دو استان نیز در حدود ۲۱ درصد است. این نتایج نشان می‌دهد که پراکندگی و دامنه تغییرات بیماری‌های روانی در سال ۱۳۹۸ به نسبت سال ۱۳۹۳ کاهش داشته است (یک سوم کاهش را نشان می‌دهد). به عبارت دیگر، همانطور که در نمودار ۱ مشاهده می‌شود، در سال‌های اخیر نسبت بیماری‌های روانی در استان‌های کشور همگرا شده است.

متغیرهای مستقل (مولفه‌ها و شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی):

در این بخش ابتدا به مطالعه توصیفی مولفه‌های پژوهش پرداخته شده که خود شامل دو بخش است؛ ابتدا جداولی بر حسب نمرات استاندارد برای هر کدام از شاخص‌ها طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ ارائه شده است. همچنین شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی طی این شش سال مورد بررسی قرار گرفته و هم نمرات استاندارد شاخص‌ها و هم خوشه‌بندی‌های به‌دست‌آمده ارائه شده است. در نهایت، به منظور ارائه توصیفی از وضعیت اخیرتر خوشه‌های سه‌گانه ناظر به شاخص‌ها، سال ۱۳۹۸ به طور خاص مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول (۳)- نمرات استاندارد T شاخص اجتماعی استان‌ها طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸

سال / استان	۱۳۹۳	۱۳۹٤	۱۳۹۵	۱۳۹٦	۱۳۹۷	۱۳۹۸
آذربایجان شرقی	۲.۴۹	۱.۴۸	۱.۴۶	۶.۴۴	۹.۴۲	۴.۴۲
آذربایجان غربی	۷.۴۶	۴.۴۵	۷.۴۳	۳.۴۱	۶.۳۹	۹.۳۸
اردبیل	۹.۵۰	۵.۵۰	۵.۴۶	۸.۴۵	۴.۴۴	۸.۴۳
اصفهان	۵۵	۶.۵۳	۸.۵۱	۳.۵۰	۵.۴۸	۷.۴۷
البرز	۱.۴۷	۳۵	۹.۳۴	۵.۳۴	۳۳	۷.۳۱
ایلام	۷.۷۰	۴.۷۰	۵.۶۹	۲.۶۷	۴.۶۵	۶۸
بوشهر	۶.۶۰	۹.۵۸	۲.۵۶	۷.۵۴	۲.۵۳	۴.۵۰
تهران	۲.۴۹	۷.۵۰	۵۰	۹.۴۸	۹.۴۸	۴.۴۸
چهارمحال و بختیاری	۵.۷۲	۷.۷۰	۱.۶۳	۲.۶۴	۵.۶۲	۹.۶۳
خراسان جنوبی	۵.۶۴	۸.۶۲	۶.۵۸	۵۶	۵۴	۴.۵۳
خراسان رضوی	۴۶	۴.۴۴	۶.۴۳	۷.۴۲	۳.۴۰	۵.۳۹
خراسان شمالی	۷.۵۶	۵۵	۶.۵۳	۵۲	۱.۵۰	۸.۴۸
خوزستان	۷.۶۴	۳.۶۳	۲.۶۱	۴.۶۰	۲.۵۹	۷.۵۸
زنجان	۵.۶۰	۷.۶۴	۵.۵۹	۲.۵۸	۸.۵۶	۷.۵۱
سمنان	۵.۶۲	۸.۶۰	۵.۵۹	۴.۵۵	۷.۵۴	۷.۵۳
سیستان و بلوچستان	۵.۳۱	۲.۲۷	۲۷	۸.۲۷	۹.۲۸	۲.۳۴
فارس	۴۹	۲.۴۷	۲.۴۶	۱.۴۳	۸.۴۲	۴.۴۰
قزوین	۸.۴۷	۷.۴۷	۳.۴۵	۳.۴۴	۶.۴۴	۶.۴۳
قم	۸.۴۷	۹.۴۶	۷.۴۳	۶.۴۲	۱.۴۲	۲.۴۳
کردستان	۳.۵۳	۸.۵۲	۵.۵۰	۵.۴۸	۹.۴۶	۴۸
کرمان	۱.۴۵	۸.۴۴	۹.۴۲	۶.۴۱	۴.۴۰	۱.۴۱
کرمانشاه	۵۲	۶.۵۱	۴.۵۰	۹.۴۷	۵.۴۹	۷.۴۷
کهگیلویه و بویر احمد	۶.۵۱	۸.۵۰	۵.۵۰	۹.۴۹	۱.۴۹	۴.۴۸
گلستان	۳.۴۷	۷.۴۵	۷.۴۴	۱.۴۲	۴.۴۰	۴۰
گیلان	۷.۴۶	۴۵	۵.۴۴	۵.۴۳	۵.۴۱	۳.۴۰
لرستان	۴.۵۹	۵.۵۶	۲.۵۳	۹.۴۸	۴.۴۶	۱.۴۲
مازندران	۹.۴۵	۷.۴۵	۷.۴۳	۷.۴۳	۳.۴۳	۲.۴۲

مرکزی	۲.۵۳	۳.۵۲	۱.۵۱	۷.۴۸	۹.۴۸	۶.۴۷
هرمزگان	۵.۴۳	۴.۴۲	۸.۴۱	۸.۴۰	۱.۳۹	۹.۳۸
همدان	۱.۵۷	۸.۵۴	۵.۵۰	۳.۴۸	۲.۴۶	۵.۴۲
یزد	۱.۶۵	۳.۸۶	۸.۸۱	۴.۸۰	۷.۷۳	۴.۷۲
کل کشور	۳.۵۳	۶.۵۲	۵.۵۰	۴۹	۷.۴۷	۹.۴۶

همانطور که مشاهده می‌شود، جدول ۳ نمرات استاندارد **T** شاخص اجتماعی طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ را به تفکیک استان نشان می‌دهد. برای قابل فهم شدن جدول از چهار دسته‌بندی و رنگ‌بندی استفاده شده است که استان‌های پایین‌تر از میانگین کل جدول با رنگ مشکی نمایش داده شده و استان‌های بالاتر از میانگین با رنگ سبز به نمایش درآمده‌اند. علاوه بر این، ده نمره پایین جدول با رنگ قهوه‌ای نشان داده شده که استان‌های سیستان و بلوچستان در کل دوره مورد مطالعه و البرز طی سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۸ دارای کمترین میزان در شاخص اجتماعی بوده‌اند. همچنین بالاترین نمرات در این شاخص که با رنگ قرمز مشخص شده، نشان می‌دهد که استان-های چهارمحال و بختیاری در دو سال اول دوره مطالعه، ایلام در سه سال اول دوره مطالعه و یزد طی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ دارای بیشترین میزان در شاخص اجتماعی بودند.

نقشه (۱)- خوشه‌بندی شاخص اجتماعی استان‌های ایران طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸



جدول (٤)- میانگین نمرات T شاخص اجتماعی در خوشه‌های سه‌گانه طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸

سال	میانگین نمرات T		
	خوشه یک	خوشه دو	خوشه سه
۱۳۹۳	۴۶	۶.۵۶	۳.۶۸
۱۳۹۴	۴۴	۸.۵۵	۷.۷۲
۱۳۹۵	۵.۴۲	۵.۵۳	۹.۶۸
۱۳۹۶	۳.۴۱	۴.۵۱	۱.۶۸
۱۳۹۷	۲.۴۰	۲.۵۰	۲.۶۵
۱۳۹۸	۴۰	۵.۴۸	۸.۶۵

استان‌های کشور بر حسب شاخص اجتماعی به سه دسته تقسیم شده‌اند که در نقشه شماره ۱ آمده است. در این نقشه استان‌های فارس، سیستان و بلوچستان، کرمان و هرمزگان در نوار جنوبی و استان‌های خراسان رضوی، گلستان، مازندران، البرز، قزوین، قم، گیلان، اردبیل، آذربایجان غربی و آذربایجان شرقی در بخش شمالی کشور در خوشه اول قرار دارند. میانگین نمره شاخص اجتماعی در این استان‌ها بر اساس جدول ۴ در سال ۱۳۹۳، ۴۶ بوده که در سال ۱۳۹۸ به ۴۰ کاهش پیدا کرده است. استان‌های میانی کشور نیز با میانگین ۵۶.۶ در سال ۱۳۹۳ و ۴۸.۵ در سال ۱۳۹۸ در خوشه دوم قرار دارند که نشان‌دهنده وضعیت اجتماعی متوسطی است. چهار استان یزد، خوزستان، چهارمحال بختیاری و ایلام با میانگین بالای ۶۵ طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ بهترین وضعیت شاخص اجتماعی را نشان دادند.

نقشه (۲)- خوشه‌بندی شاخص اجتماعی استان‌های ایران در سال ۱۳۹۸



جدول ۵. میانگین نمرات T شاخص اجتماعی در خوشه‌های سه‌گانه در سال۱۳۹۸

سال	میانگین نمرات T		
	خوشه یک	خوشه دو	خوشه سه
۱۳۹۸	۳.۴۰	۶.۴۹	۸.۶۵

استان‌های کشور بر حسب شاخص اجتماعی و به طور خاص برای سال ۱۳۹۸ به سه دسته تقسیم شده‌اند که در نقشه شماره ۲ آمده است. در این نقشه استان‌های خوزستان، چهارمحال و بختیاری، ایلام و یزد با قرار گرفتن در خوشه سه بهترین وضعیت شاخص اجتماعی را نشان دادند. میانگین نمره شاخص اجتماعی در این استان‌ها در سال ۱۳۹۸ بر اساس جدول ۵، ۶۵.۸ بوده است.

استان‌های بوشهر، کهگیلویه و بویراحمد، اصفهان، سمنان، خراسان جنوبی، خراسان شمالی، تهران، مرکزی، زنجان، کرمانشاه و کرستان نیز با میانگین ۴۹.۶ در خوشه دو قرار دارند که نشان-دهنده وضعیت اجتماعی متوسطی است. سایر استان‌ها نیز با میانگین ۴۰.۳ در خوشه یک با پایین-ترین میزان شاخص اجتماعی قرار می‌گیرند.

جدول (٦)- نمرات استاندارد T شاخص اقتصادی استان طی سال های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸

سال / استان	۱۳۹۳	۱۳۹٤	۱۳۹۵	۱۳۹٦	۱۳۹۷	۱۳۹۸
آذربایجان شرقی	۲.۵۶	۶.۵۶	۷.۵۶	۱.۵۷	۵۷	۹.۵۷
آذربایجان غربی	۴۹	۷.۴۸	۲.۵۱	۹.۴۹	۲.۵۰	۹.۵۱
اردبیل	۶.۵۳	۵.۵۳	۹.۵۳	۵۵	۴.۵۵	۱.۵۴
اصفهان	۸.۵۴	۴.۵۵	۷.۵۵	۵۶	۳.۵۵	۷.۵۷
البرز	۷.۴۸	۲.۵۰	۳.۵۰	۵.۵۰	۴.۵۳	۵.۵۳
ایلام	۱.۴۷	۹.۴۷	۴.۴۸	۳.۴۹	۵.۴۹	۵.۵۰
بوشهر	۶.۴۸	۱.۴۹	۶.۴۸	۱.۵۲	۹.۴۸	۵.۵۲
تهران	۵.۵۵	۶.۵۶	۵.۵۶	۱.۵۷	۳.۵۷	۲.۵۹
چهارمحال و بختیاری	۲.۵۰	۴.۵۰	۷.۵۰	۵۰	۵۰	۱.۵۱
خراسان جنوبی	۷.۳۶	۹.۳۹	۵.۴۵	۴۹	۴.۵۴	۶.۵۵
خراسان رضوی	۳.۵۳	۴.۵۴	۹.۵۴	۸.۵۵	۱.۵۶	۱.۵۸
خراسان شمالی	۱.۵۱	۳.۵۰	۵.۵۲	۹.۵۳	۵۱	۸.۵۲
خوزستان	۸.۵۵	۹.۵۴	۵۵	۳.۵۵	۴.۵۳	۹.۵۳
زنجان	۸.۴۹	۳.۵۱	۹.۵۱	۵۳	۷.۵۴	۵۶
سمنان	۴.۵۵	۶.۵۵	۷.۵۵	۳.۵۶	۷.۵۵	۶.۵۶
سیستان و بلوچستان	۵.۷	۸.۸	۹.۱۰	۱.۱۲	۵.۱۲	۷.۱۵
فارس	۴.۴۹	۷.۴۹	۵۲	۳.۵۲	۵۲	۱.۵۴
قزوین	۲.۴۷	۲.۴۹	۷.۴۹	۶.۵۴	۹.۵۴	۵۶
قم	۳.۵۳	۹.۵۳	۱.۵۴	۳.۵۴	۲.۵۴	۶.۵۵
کردستان	۵.۵۳	۵۴	۹.۵۲	۵.۵۴	۶.۵۳	۵.۵۴
کرمان	۵.۳۸	۸.۳۸	۶.۴۰	۳.۴۱	۸.۴۱	۳.۴۲

کرمانشاه	۸.۴۲	۱.۴۴	۲.۴۴	۷.۴۶	۴.۴۷	۴۸
کهگیلویه و بویر احمد	۱.۴۶	۲.۴۷	۶.۴۸	۷.۴۸	۳.۵۰	۸.۵۱
گلستان	۱.۵۳	۳.۵۳	۴.۵۳	۵۴	۵.۵۴	۲.۵۴
گیلان	۲.۵۵	۴.۵۵	۷.۵۶	۷.۵۶	۵۷	۹.۵۷
لرستان	۲.۴۹	۴.۴۹	۲.۴۸	۴۷	۵.۴۷	۹.۴۷
مازندران	۶.۵۲	۵۴	۶.۵۴	۷.۵۵	۶.۵۶	۴.۵۸
مرکزی	۹.۵۴	۳.۵۵	۵.۵۵	۳.۵۶	۴.۵۶	۳.۵۸
هرمزگان	۱.۱۹	۷.۱۹	۸.۱۹	۹.۲۰	۲.۲۰	۸.۲۱
همدان	۶.۵۳	۶.۵۴	۶.۵۴	۲.۵۵	۵.۵۵	۵۷
یزد	۷.۵۳	۶.۵۴	۹.۵۴	۷.۵۵	۸.۵۵	۶.۵۶
کل کشور	۲.۴۸	۹.۴۸	۶.۴۹	۵.۵۰	۷.۵۰	۵۲

جدول ۶ نمرات استاندارد **T** شاخص اقتصادی طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸ را به تفکیک استان نشان می‌دهد. برای قابل فهم شدن جدول از چهار دسته‌بندی و رنگ‌بندی استفاده شده است که استان‌های پایین‌تر از میانگین کل جدول با رنگ مشکی نمایش داده شده و استان‌های بالاتر از میانگین با رنگ سبز به نمایش درآمده‌اند. علاوه بر این، ده نمره پایین جدول با رنگ قهوه‌ای نشان داده شده که در شاخص اقتصادی دو استان سیستان و بلوچستان و هرمزگان طی دوره مطالعه‌شده دارای بدترین وضعیت اقتصادی بوده‌اند. این در حالی است که استان تهران در طی این دوره بهترین وضعیت اقتصادی را در بین استان‌های دیگر داشته است. علاوه بر استان تهران، استان‌های آذربایجان شرقی، اصفهان، خراسان رضوی، گیلان، مازندران و مرکزی شرایط خوبی را در شاخص اقتصادی دارند.

نقشه (۳)- خوشه‌بندی شاخص اقتصادی استان‌های ایران طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸



جدول (۷)- میانگین نمرات T شاخص اقتصادی در خوشه‌های سه‌گانه طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۸

	میانگین نمرات T		
سال	خوشه یک	خوشه دو	خوشه سه
۱۳۹۳	۲.۴۵	۵۳	۲.۸۷
۱۳۹۴	۵.۴۵	۸.۵۲	۱.۸۶
۱۳۹۵	۴۵	۶.۵۱	۱.۸۵
۱۳۹۶	۸.۴۴	۵.۵۰	۳.۸۴
۱۳۹۷	۵.۴۵	۵.۵۰	۲.۸۴
۱۳۹۸	۵.۴۵	۳.۵۰	۸۲

استان‌های کشور بر حسب شاخص اقتصادی به سه دسته تقسیم شده‌اند که در نقشه شماره ۳ آمده است. در این نقشه عمدتا استان‌های جنوب شرقی کشور شامل سیستان و بلوچستان، هرمزگان، کرمان، خراسان جنوبی، و خراسان شمالی در خوشه اول قرار دارند. میانگین نمره شاخص اقتصادی در این استان‌ها بر اساس جدول ۷ در سال ۱۳۹۳، ۴۵.۲ بوده که در سال ۱۳۹۸ به ۴۵.۵ افزایش یافته است. استان‌های البرز، قزوین، اردبیل، آذربایجان غربی، کردستان، کرمانشاه، لرستان، ایلام، بوشهر، چهارمحال و بختیاری و کهگیلویه و بویراحمد با میانگین ۵۳ در سال ۱۳۹۳ و ۵۰.۳ در سال ۱۳۹۸ در خوشه دوم قرار دارند که نشان‌دهنده وضعیت اقتصادی متوسطی است. ۱۵ استان دیگر با میانگین ۸۷.۲ در سال ۱۳۹۳ و ۸۲ در سال ۱۳۹۸ در خوشه سوم قرار دارند که به لحاظ شاخص اقتصادی دارای وضعیت بهتری نسبت به سایر استان‌ها هستند.

نقشه (٤)- خوشه‌بندی شاخص اقتصادی استان‌های ایران در سال ۱۳۹۸



جدول (۸)- میانگین نمرات T شاخص اقتصادی در خوشه‌های سه‌گانه در سال ۱۳۹۸

سال	میانگین نمرات **T**		
	خوشه یک	خوشه دو	خوشه سه
۱۳۹۸	۷.۴۴	۷.۴۸	۲.۶۳

استان‌های کشور بر حسب شاخص اقتصادی و به طور خاص برای سال ۱۳۹۸ به سه دسته تقسیم شده‌اند که در نقشه شماره ۴ آمده است. در این نقشه استان‌های سیستان و بلوچستان، هرمزگان، کرمان، بوشهر، لرستان و کرمانشاه با قرار گرفتن در خوشه یک بدترین وضعیت شاخص اقتصادی را نشان دادند. میانگین نمره شاخص اقتصادی در این استان‌ها در سال ۱۳۹۸ بر اساس جدول ۸، ۴۴.۷ بوده است. استان‌های فارس، کهگیلویه و بویراحمد، چهارمحال و بختیاری، خوزستان، ایلام، خراسان جنوبی، خراسان شمالی، گلستان، کردستان، آذربایجان غربی، اردبیل و

البرز نیز با میانگین ۴۸.۷ در خوشه دو قرار دارند که نشان‌دهنده وضعیت اقتصادی متوسطی است. سایر استان‌ها نیز با میانگین ۶۳.۲ در خوشه سه با بالاترین میزان شاخص اقتصادی قرار می‌گیرند.

همانطور که در جدول ۹ قابل مشاهده است، مولفه «دریافت حمایت‌های اجتماعی» رابطه معکوسی با شیوع بیماری‌های روانی دارد. در نتیجه، مقدار همبستگی ۰/۴۱۸- از لحاظ آماری تایید می‌کند که هرچه میزان حمایت‌های اجتماعی در ایران تقویت شود، میزان بیماری‌های روانی نیز کاهش می‌یابد.

جدول (۹)- آزمون همبستگی بین مولفه «دریافت حمایت‌های اجتماعی» با شیوع بیماری‌های روانی

		شیوع بیماری‌های روانی
دریافت حمایت‌های اجتماعی	همبستگی	-۰.۴۱۸
	سطح معناداری	۰.۰۰۰

همانطور که در جدول ۱۰ قابل مشاهده است، مولفه «داشتن پیوندهای اجتماعی» رابطه معکوسی با شیوع بیماری‌های روانی دارد. در نتیجه، مقدار همبستگی ۰/۴۳۸- از لحاظ آماری تایید می‌کند که هرچه میزان پیوندهای اجتماعی در ایران تقویت شود، میزان بیماری‌های روانی نیز کاهش می‌یابد.

جدول (۱۰)- آزمون همبستگی بین مولفه «داشتن پیوندهای اجتماعی» با شیوع بیماری‌های روانی

		شیوع بیماری‌های روانی
داشتن پیوندهای اجتماعی	همبستگی	-۰.۴۳۸
	سطح معناداری	۰.۰۰۰

همانطور که در جدول ۱۱ قابل مشاهده است، مولفه «توانمندی اقتصادی» رابطه معکوسی با شیوع بیماری‌های روانی دارد. در نتیجه، مقدار همبستگی ۰/۲۶۳- از لحاظ آماری تایید می‌کند که هرچه میزان توانمندی اقتصادی در ایران تقویت شود، میزان بیماری‌های روانی کاهش می‌یابد.

جدول (۱۱)- آزمون همبستگی بین مولفه «توانمندی اقتصادی» با شیوع بیماری‌های روانی

		شیوع بیماری‌های روانی
توانمندی اقتصادی	همبستگی	-۰.۲۶۳
	سطح معناداری	۰.۰۰۰

همانطور که در جدول ۱۲ قابل مشاهده است، مولفه «دسترسی به رفاه عمومی» رابطه نسبتا خوب و معکوسی با شیوع بیماری‌های روانی دارد. در نتیجه، مقدار همبستگی ۰/۳۸۰- از لحاظ آماری تایید می‌کند که هرچه میزان دسترسی به رفاه عمومی در ایران تقویت شود، میزان بیماری‌های روانی کاهش می‌یابد.

جدول (۱۲)- آزمون همبستگی بین مولفه «دسترسی به رفاه عمومی» با شیوع بیماری‌های روانی

		شیوع بیماری‌های روانی
دسترسی به رفاه عمومی	همبستگی	-۰.۳۸۰
	سطح معناداری	۰.۰۰۰

در این مرحله با استفاده از روش‌های‌آماری مناسب، به ویژه نمره **Z** استاندارد و روش معمولی ترکیب مولفه‌ها، شاخص‌های مورد نظر استخراج شد که با استفاده از آزمون همبستگی ارتباط آنها با شیوع بیماری‌های روانی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جدول (۱۳)- آزمون همبستگی بین شاخص اجتماعی با شیوع بیماری‌های روانی

		شیوع بیماری‌های روانی
شاخص اجتماعی	همبستگی	-۰.۴۷۵
	سطح معناداری	۰.۰۰۰

همانطور که در جدول ۱۳ قابل مشاهده است، شاخص اجتماعی که از ترکیب مولفه‌های «دریافت حمایت‌های اجتماعی» و «داشتن پیوندهای اجتماعی» به دست آمده، رابطه خوب و معکوسی با شیوع بیماری‌های روانی دارد. در نتیجه، مقدار همبستگی ۰/۴۷۵- از لحاظ آماری تایید می‌کند که هرچه میزان شاخص اجتماعی در ایران تقویت شود، میزان بیماری‌های روانی کاهش می‌یابد.

جدول (١٤)- آزمون همبستگی بین شاخص اقتصادی با شیوع بیماری‌های روانی

		شیوع بیماری‌های روانی
شاخص اقتصادی	همبستگی	-۰.۳۷۰
	سطح معناداری	۰.۰۰۰

همانطور که در جدول ۱۴ قابل مشاهده است، شاخص اقتصادی که از ترکیب مولفه‌های «توانمندی اقتصادی» و «دسترسی به رفاه عمومی» به دست آمده، رابطه نسبتا خوب و معکوسی با شیوع بیماری‌های روانی دارد. در نتیجه، مقدار همبستگی ۰/۳۷۰- از لحاظ آماری تایید می‌کند که هرچه میزان شاخص اقتصادی در ایران تقویت شود، میزان بیماری‌های روانی کاهش می‌یابد.

تبیین مدل رگرسیونی مولفه‌ها و شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی

جدول (۱۵)- آزمون معناداری مدل تحقیق بر اساس مولفه‌های چهارگانه

مدل تبیینی	R	R Square	R Square تعدیل-شده
۱	۰.۶۹۰	۰.۴۷۶	۰.۴۴۶

جدول (۱۶)- رگرسیون و ارتباط مولفه‌های چهارگانه مدل تحقیق با شیوع بیماری‌های روانی در ایران

متغیرهای پیش‌بین	B	SE	Beta	T	سطح معناداری
مقدار ثابت	۲۷۱.۸۱۷	۲.۶۷۲	--	۱۰۱.۵۸۱	۰.۰۰۰
دریافت حمایت‌های اجتماعی	-۲.۳۶۸	۰.۸۷۰	-۰.۲۲۲	-۲.۷۲۰	۰.۰۰۷
داشتن پیوندهای اجتماعی	-۴.۰۱۴	۰.۹۲۸	-۰.۳۴۸	-۴.۳۲۸	۰.۰۰۰
توانمندی اقتصادی	-۲.۱۸۱	۰.۴۸۵	-۰.۳۴۵	-۴.۴۹۳	۰.۰۰۰
دسترسی به رفاه عمومی	-۰.۰۷۱	۰.۰۳۵	-۰.۱۷۰	-۲.۰۲۸	۰.۰۴۴

در انتها مولفه‌های چهارگانه در مدل تحقیق قرار داده شدند که در جداول ۱۵ و ۱۶ نمایش داده شده است. با توجه به **R** دو مدل، می‌توان عنوان نمود که مدل تحقیق بیش از ۴۷ درصد تغییرات شیوع بیماری‌های روانی در سطح استان‌های کشور را تبیین می‌کند. بتاهای به‌دست‌آمده از مدل تحقیق نشان می‌دهد که به ترتیب مولفه‌های «داشتن پیوندهای اجتماعی»، «توانمندی اقتصادی»، «دریافت حمایت‌های اجتماعی»، و «دسترسی به رفاه عمومی» بیشترین تاثیر معنادار را بر شیوع بیماری‌های روانی در ایران داشته اند.

جدول (۱۷)- آزمون معناداری مدل تحقیق بر اساس شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی

مدل تبیینی	R	R Square	R Square تعدیل-شده
۱	۰.۵۳۷	۰.۲۸۹	۰.۲۷۳

جدول (۱۸)- رگرسیون و ارتباط شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی با شیوع بیماری‌های روانی در ایران

شاخص‌های پیش‌بین	B	SE	Beta	T	سطح معناداری
مقدار ثابت	۲۷۱.۸۱۷	۳.۰۶۶	--	۸۸.۶۶۸	۰.۰۰۰
اجتماعی	-۱.۷۰۳	۰.۲۸۱	-۰.۴۱۳	-۶.۰۶۷	۰.۰۰۰
اقتصادی	-۰.۰۸۸	۰.۰۲۹	-۰.۲۰۴	-۲.۹۹۲	۰.۰۰۱

مدل تبیینی تحقیق بر اساس شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی در جداول ۱۷ و ۱۸ آمده است که نشان می‌دهد مدل می‌تواند در حدود ۲۹ درصد از تغییرات شیوع بیماری‌های روانی را تبیین کند. شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی ارتباط معناداری را با شیوع بیماری‌های روانی نشان داده‌اند که تاثیرگذاری شاخص اجتماعی بیشتر و قوی‌تر است. شاخص اجتماعی با بتای ۰.۴۱۳- ارتباط معناداری با بیماری‌های روانی دارد که در سطح کمتر از ۰.۰۱ معنادار است. بدین ترتیب، با افزایش شاخص اجتماعی در کشور میزان بیماری‌های روانی کاهش می‌یابد. ارتباط شاخص اقتصادی نیز معکوس است، بدین‌معنی که با افزایش سطح اقتصادی کشور میزان شیوع بیماری-های روانی در جامعه کاهش خواهد یافت. تبیین تغییرات بیشتر در این زمینه به سایر حوزه‌ها ازجمله وضعیت فرهنگی، سیاسی و ... بازمی‌گردد.

لازم به ذکر است که تفاوت میزان تبیین به‌دست‌آمده بین مدل رگرسیونی مولفه‌ها و مدل رگرسیونی شاخص‌ها از آن‌جا ناشی می‌شود که بر اساس منطق ریاضی و فرمول محاسباتی رگرسیون، میزان تأثیرات هر متغیر مستقل در مدل‌های رگرسیونی با هم جمع می‌شود. با استناد به منطق ریاضی این برآورد، می‌توان انتظار داشت که تعداد متغیرهای مستقل مدل، بر روی میزان **R**دو مدل رگرسیونی تأثیرگذار باشد. به عبارت دیگر، با افزودن یک متغیر مستقل به مدل رگرسیونی (حتی اگر ارتباط متغیر با متغیر وابسته اندک باشد) مقدار **R**دو افزایش می‌یابد. به همین علت میزان تبیین به‌دست‌آمده در مدل رگرسیونی مولفه‌ها (که ۴ متغیر مسقل دارد) بالاتر از مدل رگرسیونی شاخص‌ها (با ۲ متغیر مستقل) می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش به بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی موثر بر سلامت روان از طریق ایجاد چشم-اندازی نظری در تبیین ساختاری این دسته از بیماری‌ها از منظر جامعه‌شناسی پزشکی پرداخت. پژوهش حاضر با تصریح فرایند تأثیرگذاری ساختارهای اجتماعی و اقتصادی در شیوع بیماری روانی، نشان داد که چگونه موقعیت پایگاهی افراد و میزان قدرتِ در اختیارشان می‌تواند آن‌ها را در ایفای صحیح نقش‌های اجتماعی ناکام گذارد و رفتارهای انحرافی، نابهنجار و بیمارگونه‌شان را موجب شود. این موضوع به واسطه بررسی رابطه چهار مولفه اجتماعی و اقتصادی با شیوع

بیماری‌های روانی مورد مطالعه قرار گرفت.

نتایج تحقیق نشان داد که بین «دریافت حمایت‌های اجتماعی» و شیوع بیماری‌های روانی رابطه وجود دارد. افراد به واسطه روابط اجتماعی و نوع پیوندهای خود از منابع حمایتی برای برطرف کردن نیازهایشان بهره می‌برند، به طوری که هر اندازه روابط اجتماعی آنها گسترده‌تر باشد، میزان دسترسی‌شان به منابع حمایتی هم بیشتر می‌شود که این منابع به مثابه چتر دفاعی در برابر عوامل استرس‌زای زندگی عمل می‌کند. حمایت اجتماعی با ایجاد حس خودارزشمندی در افراد و همچنین اطمینان از وجود کمک‌های اطرافیان به ویژه در مواقع بحرانی احتمال ابتلا به اختلال-های روان‌شناختی را کاهش می‌دهد. همان‌گونه که ترنر و براون (۲۰۱۰: ۲۰۳) نیز گفته‌اند، حجم وسیعی از مطالعات از رابطه نیرومند بین سنجه‌های سلامت روان با میزان حمایت اجتماعی حکایت می‌کنند. برای نمونه، تامپسون و همکاران (۲۰۰۲) و لاندمن پیترز و همکاران (۲۰۰۵) به نقش حمایت اجتماعی و عاطفی، و لی و همکاران (۲۰۰۴) و سیلورا و آلبک (۲۰۰۱) به تأثیر شبکه‌های خویشاوندی و خانوادگی در رفع مشکلاتی چون بیماری روانی پرداخته‌اند. همچنین این یافته با نتایج پژوهش توکل و مقصودی (۱۳۹۰) و لهسایی‌زاده و مرادی (۱۳۸۶) همخوانی دارد.

از میان گروه‌ها و افراد مختلف، دریافت حمایت از خانواده و اعضای آن اهمیت و ضرورت بیشتری در سلامت روان دارد. افراد در مواجهه با چالش‌ها و مشکلات زندگی می‌توانند بر روی حمایت‌های خانواده خود به عنوان مطمئن‌ترین و امن‌ترین نزدیکان خود تکیه و از تنش‌ها و فشارهای اجتماعی، اقتصادی و ... با سلامت گذر کنند. تحقیقات گوناگونی این مسئله را مورد تأیید قرار داده‌اند (ایریس و چو، ۲۰۰۱؛ ریاحی و همکاران، ۱۳۸۹؛ محسنی تبریزی و راضی، ۱۳۸۶). همچنین صاحبنظران تأکید کردند که علاوه بر حمایت غیررسمی از سوی خانواده و ...، حمایت‌های رسمی به‌ویژه در بحران‌ها و بلایای طبیعی بسیار ضروری و تأثیرگذار است. برخلاف حمایت غیررسمی که در جامعه ایرانی بسیار پررنگ است، حمایت‌های رسمی وضعیت نامناسبی دارد که شهروندان را از نظر روانی دچار اختلال می‌کند.

«داشتن پیوندهای اجتماعی» نیز به عنوان یکی دیگر از مولفه‌های اجتماعی این تحقیق با بیماری-های روانی ارتباط معناداری را نشان داد. پیوندها و شبکه‌های اجتماعی به صورت حائلی در

مقابل فشارهای درونی عمل می‌کنند؛ این پیوندها امکان دریافت حمایت‌های عاطفی، برقراری دوستی‌ها و همچنین فرصت‌هایی برای اعمال اجتماعی معنی‌دار را در قالب سرمایه اجتماعی فراهم می‌کنند و بدین ترتیب عزت نفس افراد و بالطبع توان مقابله آنها با مشکلات و مسائل زندگی را افزایش می‌دهند و در نهایت به احساس سلامت روانی منجر می‌شوند. افراد در روابط و پیوندهای اجتماعی است که به مجموعه‌ای از هویت‌ها می‌رسند و به خودارزیابی مثبت دست می‌یابند. مشارکت افراد در جامعه و برقراری پیوندهای اجتماعی به زندگی آنها معنا و هدف می-بخشد و اضطراب و یأس عمیق را در بین آنها کاهش می‌دهد.

اهمیت پیوندهای اجتماعی در سلامت روان تا حدی است که می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی کوچکتر، روابط خویشاوندی کمرنگ‌تر، و دریافت حمایت اجتماعی اندک شیوع بیشتر بیماری‌های روانی در جامعه را به دنبال دارد. این یافته با نتایج تحقیقات بسیاری از جمله وارن فایندلو۱ و همکاران (۲۰۱۱)، کاواچی (۲۰۰۱)، کارولین (۲۰۰۰)، کرنول و وایت۲ (۲۰۰۹)، کیکوگنانی و همکاران (۲۰۰۷)، قادرزاده و درویش‌منش (۱۳۹۶)، چلبی و یاقوتی (۱۳۹۲) و قدسی (۱۳۸۲) همخوانی دارد. بهره‌مندی از پیوندهای قوی و برخورداری از شبکه‌های اجتماعی، قدرت فرد را در زندگی رومزره، تعاملات اجتماعی و همچنین کنار آمدن با مسائل و مصائب زندگی افزایش می‌دهد، به طوری که می‌تواند برای غلبه بر این مسائل از همین پیوندهای اجتماعی بهره بگیرد.

بنابراین، در رابطه با نقش مولفه‌های اجتماعی حمایت و پیوند می‌توان گفت که عدم مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، مانع جذب فرد در چارچوب‌های اجتماعی می‌شود. در این صورت فرد نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی بی‌تفاوت و بی‌اعتماد می‌شود و احساس می‌کند که سرنوشت اجتماع به نیروها یا ساختارهای خارجی مربوط است نه به اجزای تشکیل‌دهنده اجتماع. بنابراین نگرش مثبت خود نسبت به اجتماع و حتی افراد جامعه و بالطبع کارآیی خود را از دست می‌دهد و احساس می‌کند که نمی‌تواند نقش مهمی در پیشرفت و آینده جامعه داشته باشد و در

---

۱ - Warren-findlow

۲ - Cornwell and waite

نهایت سلامت روانی و اجتماعی فرد کاهش می‌یابد. بنابراین، سرمایه حمایتی و پیوندی فرد در اجتماع عامل مهمی در پذیرش هنجارهای اجتماعی است که فرد را قادر به تعادل مثبت و اجتناب از پاسخ‌های نامطلوب می‌کند. دورکیم نیز در نظریه خود به این موضوع توجه داشته، به طوی که از دیدگاه او، در حالت قطع یا ضعف رابطه با جامعه، فرد تحت حمایت قرار نمی‌گیرد و هیچ کنترلی بر او اعمال نمی‌شود. انزوای اخلاقی و عدم دریافت حمایت نیز ناامیدی، بی‌هدفی، احساس بی‌معنایی، نداشتن احساس ارزشمندی، و افسردگی را به همراه دارد.

در این پژوهش مشخص شد که بین «توانمندی اقتصادی» و شیوع بیماری روانی رابطه وجود دارد. در تحقیقات بسیاری مشخص شده که پایگاه اقتصادی - اجتماعی پایین به طور مداوم با کاهش سلامت روانی در ارتباط است (پاتل و همکاران، ۲۰۱۰؛ پاری[۱]، ۱۹۸۷، قادرزاده و درویش‌منش، ۱۳۹۶؛ مهرگان و همکاران؛ ۱۳۹۵). عدم توانمندی اقتصادی و ناکامی اعضای جامعه در رفع نیازهای مادی خود و خانواده‌شان موجد فشارهای زیادی می‌شود که تداوم و تراکم آن می‌تواند سلامت روان افراد را تحت‌الشعاع قرار دهد. همچنین، داشتن پایگاه اقتصادی - اجتماعی پایین سبب می‌شود که افراد درگیر رفع نیازهای زیستی خود باشند و فرصت لازم برای توجه به نیازهای سطح بالاتر (چه فردی و چه جمعی) را نداشته باشند که این مسئله به ارتقای سطوح سلامت لطمه می‌زند.

مهمترین مولفه تأثیرگذار اقتصادی که توان اعضای جامعه در رفع نیازهای روزمره‌شان به آن بستگی دارد، مسئله شغل و بیکاری است که تأثیر به‌سزایی در سلامت و بیماری روان اعضای جامعه دارد. موضوع شغل و درآمد ناشی از آن به‌ویژه در جامعه ایران یکی از منابع فشارهای وارده بر افراد است که طبق گفته صاحبنظران عامل قوی شیوع بیماری‌های روانی به ویژه اختلالات اضطرابی در سال‌های اخیر بوده است. اهمیت داشتن شغل و درآمد از این جهت است که افراد را به این اطمینان می‌رساند که از پسِ زندگی و تأمین مایحتاج ضروری آن برمی‌آیند و می‌توانند نیاز خود را در ابعاد مختلفی از جمله مسکن، بهداشت و درمان و ... تامین نمایند.

---

۱ - parry

اهمیت مقوله امنیت شغلی و نقش آن در سلامت و بیماری روانی نیز از همین زاویه قابل بررسی است. تحقیقات متعددی اهمیت این موضوع را خاطرنشان کرده‌اند (نپ و ایمی، ۲۰۱۴؛ مارکوس، ۲۰۱۳؛ میکانن و رافائل، ۲۰۱۰؛ تف، ۲۰۱۱؛ محسنی چراغلو، ۲۰۱۳).

«دسترسی به رفاه عمومی» نیز به عنوان دیگر متغیر اقتصادی تأثیرگذار بر بیماری روانی رابطه معنی‌داری را نشان داد که همراستا با نتایج تحقیقات آلبو و همکاران (۲۰۱۴) و آندریا و همکاران (۲۰۱۳) می‌باشد. دسترسی به رفاه عمومی منجر به زندگی همراه با آرامش و آسودگی خاطر می‌شود و توان اعضای جامعه را در راستای ایفای نقش‌های فعال اجتماعی و نیل به اهدافشان در زندگی به همراه می‌آورد. در مقابل، عدم دسترسی افراد به رفاه عمومی و خدمات و امکانات لازم، ناتوانی آنها در پیشبرد اهداف خود، رقابت نابرابر با سایرین، و در نهایت ناامیدی و سرخوردگی آنها را به همراه خواهد داشت. علاوه بر این، عدم دسترسی به خدمات و امکانات عمومی، جستجوی کمک و مراقبت پزشکی را با موانعی مواجه می‌کند و کاهش دسترسی به خدمات پزشکی درمان را در پی دارد. به دلیل شرایط اقتصادی، این افراد قادر به پرداخت هزینه-های درمانی خود نیستند و در نتیجه نه تنها بیماری آنها بهبود نمی‌یابد بلکه تشدید هم می‌شود. تمام این عوامل باعث ایجاد چرخه منفی بین فقر و بیماری روانی می‌شود. تحقیقات انجام‌شده تأثیرپذیری دسترسی به خدمات روان‌شناختی از شرایط اقتصادی را تأیید می‌کنند (سازمان جهانی بهداشت، ۲۰۰۷؛ آدامز، ۲۰۰۳).

بنابراین، در رابطه با متغیرهای اقتصادی تحقیق می‌توان گفت که این طبقه اجتماعی و پایگاه اقتصادی افراد و شرایط زندگی آن‌هاست که ابتلای‌شان به بیماری روانی را موجب می‌شود. به عبارت دیگر، اگرچه همه اعضای جامعه به نوعی با فشارهای روانی مواجهند ولی این فشارها در طبقات مختلف اجتماعی به نسبت‌های مختلفی روی می‌دهد. همچنین، همه افراد جهت مقابله با فشارهای روانی به منابع یکسانی دسترسی ندارند و توزیع منابع و امکانات مقابله‌ای نیز عمدتا با توجه به طبقات اجتماعی‌ای که اشخاص به آن‌ها تعلق دارند، تعیین می‌شود. بنابراین، برخی افراد به دلیل موقعیت و جایگاه اجتماعی خود در معرض فشارهای روانی بیشتر و شدیدتری قرار می-گیرند و از سوی دیگر به دلیل همین شرایط، از بسیاری از شیوه‌های مقابله با این فشارها محروم هستند. پژوهش‌های بسیاری این موضوع را تایید کرده‌اند که تعلق به طبقات پایین اجتماعی و

استرس‌های ناشی از فقر و درآمد پایین، زمینه را برای بروز اختلالات روانی مانند اختلالات افسردگی و اضطراب مهیا می‌کند (مانتانر۱ و همکاران، ۲۰۰۴؛ ساراکنو۲ و همکاران، ۲۰۰۵؛ ریاحی و همکاران، ۱۳۸۹).

نکته بسیار مهم این‌جاست که با توجه به تأثیر و تأثر سرمایه‌های گوناگون از یکدیگر، افراد متعلق به طبقات بالاتر اجتماعی به علت برخورداری از منابع و سرمایه‌های ارزشمند و کمیابی نظیر قدرت، ثروت و احترام، احتمالا بیشتر از همتایان خود در طبقات پایین‌تر از سرمایه اجتماعی بهره‌مند می‌گردند. این دسته از افراد بیشتر در شبکه‌های اجتماعی عضویت دارند و بالطبع بیشتر مورد حمایت قرار می‌گیرند. به عبارت دیگر، برخورداری از سرمایه اقتصادی (توانمندی اقتصادی و رفاه عمومی)، می‌تواند بهره‌مندی از سرمایه اجتماعی (حمایت‌ها و پیوندهای اجتماعی) را تسهیل و تقویت کند و به طور مضاعف از ابتلا به بیماری روانی جلوگیری به عمل آورد. در مقابل، افراد و خانواده‌های بی‌بهره از توان اقتصادی امکان بیشتری دارد تا از حمایت‌ها و پیوندهای اجتماعی کمتری بهره ببرند و همین موضوع به ویژه در مواقع بحرانی و برهه‌های حساس زندگی می‌تواند سلامت روان آنها را با چالش مواجه سازد.

علی‌رغم اهمیت توانمندی اقتصادی در کاهش احتمال ابتلا به بیماری‌های روانی، نکته حائز اهمیت این است که توانمندی اقتصادی اگر با حمایت اجتماعی همراه نباشد، تأثیرات به‌مراتب کمتری خواهد داشت و چه بسا خود این شرایط زمینه‌ساز بیماری روانی گردد. در تحقیقات انجام‌شده مشخص شده که اثر مثبت رشد درآمدی می‌تواند به وسیله کاهش سرمایه اجتماعی خنثی شود (بارتولینی و همکاران، ۲۰۰۸؛ هلی‌ول، ۲۰۰۱، ۲۰۰۲، ۲۰۰۶)، موضوعی که تحت عنوان پاسخ به «پارادوکس ایسترلین» از آن یاد می‌شود؛ اینکه افراد ثرونمند از افراد فقیر شادتر هستند، اما به مرور زمان با افزایش ثروت شادی ثابت باقی می‌ماند. بنابراین، افزایش توانمندی اقتصادی افراد و دسترسی آنها به رفاه عمومی زمانی باعث افزایش شادی می‌شود که موجب تضعیف پیوندها و شبکه‌های اجتماعی حمایتی نشود.

۱- Muntaner

۲- Saraceno

در مجموع، این پژوهش نشان داد که شیوع بیماری‌های روانی در بین افراد از شرایط اجتماعی و اقتصادی جامعه نشأت می‌گیرد. افراد بسته به جایگاه خود در ساختارهای اجتماعی و اقتصادی، از توانایی‌های لازم برخوردار می‌شوند و بدین ترتیب از پسِ ایفای صحیح و مورد انتظار نقش‌های خود و بالطبع داشتن زندگی سالم و بهنجار برمی‌آیند. این ساختارهای اجتماعی هستند که به دلیل ضعف عملکرد و کژکارکردی خود امکانات لازم که همان قدرت کافی برای ایفای نقش می‌باشد را در اختیار اعضای جامعه قرار نمی‌دهند و انحراف آن‌ها از هنجارهای مقرر جامعه را موجب می‌شوند که یکی از اشکال آن بیماری روانی است. این موضوع در نظریه فشار ساختاری مرتون نیز مورد تأکید قرار دارد که بر اساس آن شرایط ساختاری جامعه امکان لازم برای دستیابی اعضای جامعه به اهدافشان را فراهم نمی‌کند. به عبارت دقیق‌تر، فشارهای ساختاری قدرت ایفای صحیح نقش را از افراد می‌گیرد و آن‌ها را به سمت رفتارهای انحرافی از جمله بیماری روانی سوق می‌دهد. بدین ترتیب، این تحقیق مشخص نمود که ساختارهای اجتماعی مناسب و با عملکرد صحیح سلامت اعضای جامعه به لحاظ روانی را به همراه دارد. بنابراین، وضعیت صحیح عملکردی و کارکردی ساختارهای اجتماعی که توانمندی اعضای جامعه و بالطبع ایفای نقش‌های اجتماعی و دستیابی به اهداف زندگی را به همراه دارد، لازمه و پیش‌نیاز سلامت روان افراد و پیشگیری از شیوع بیماری‌های روانی در بین آن‌ها خواهد بود.

منابع:

- برنامه جامع ارتقاء سلامت روان کشور (۱۳۹۴-۱۳۹۰) مبتنی بر نقشه تحول نظام سلامت جمهوری اسلامی ایران، معاونت بهداشت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی.
- بیکر، ترز ال (۱۳۸۸). **نحوه انجام تحقیقات اجتماعی**، ترجمه هوشنگ نایبی، تهران: نشر نی.
- پیمایش رصد آسیب‌های اجتماعی (۱۳۹۸). سازمان بهزیستی کشور، منتشرنشده.
- پیمایش ملی سلامت روان (۱۳۹۰-۱۳۸۹). معاونت بهداشت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی.
- تاسیگ، مارک؛ میکلو، جانت و سوبدی، سری (۱۳۸۶). **جامعه‌شناسی بیماری‌های روانی**، ترجمه احمد عبداللهی، تهران: سمت.
- توکل، محمد و فراهانی، هادی (۱۳۹۶). بررسی جامعه‌شناختی اختلالات روانی در سایگون و مقایسه آن با اراک، **بررسی مسائل اجتماعی ایران**، دوره نهم، شماره ۱: ۲۷۳-۲۵۳.
- توکل، محمد و مقصودی، سوده (۱۳۹۰). سرمایه اجتماعی و سلامت روانی، مکانیسم‌ها و مدل‌های علی و تعاملی، **رفاه اجتماعی**، سال یازدهم، شماره ۴۲: ۲۰۲-۱۷۳.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۳). چارچوب مفهومی پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، تهران: انتشارات دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- چلبی، مسعود و یاقوتی، هدا (۱۳۹۲). بررسی عوامل اجتماعی موثر بر افسردگی: بررسی تطبیقی میزان افسردگی و عوامل اجتماعی موثر بر آن در استان گیلان و تهران، **بررسی مسائل اجتماعی ایران**، دوره چهارم، شماره ۲: ۲۰۷-۱۸۷.
- خاقانی‌زاده، مرتضی و سیرتی، مسعود (۱۳۸۳). تاثیر عوامل فردی، خانوادگی، اجتماعی و اقتصادی در تشدید علائم روانپزشکی جانبازان اعصاب و روان، **طب نظامی**، شماره ۶: ۳۷-۳۳.
- ریاحی، محمداسماعیل؛ علی‌وردی‌نیا، اکبر و پورحسین، سیده زینب (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین حمایت اجتماعی و سلامت روان، **رفاه اجتماعی**، سال دهم، شماره ۳۹: ۱۲۱-۸۵.
- سیدان، فریبا (۱۳۸۳). چندگانه‌گی پایگاه اجتماعی - اقتصادی زنان و بیماری‌های روانی، **مطالعات زنان**، سال دوم، شماره ۶: ۵۹-۳۱.
- فاضلی، محمد؛ جنادله، علی و طالبیان، امیر (۱۳۹۲). پارادوکس ایسترلین در سلامت روان: مطالعه تاثیر رفاه مادی و سرمایه اجتماعی بر سلامت روانی، **مسائل اجتماعی ایران**، سال چهارم، شماره ۱: ۲۱۲-۱۸۷.

- قادرزاده، امید و درویش‌منش، میدیا (۱۳۹۶). مطالعه کیفی دلایل و پیامدهای بیماری روانی، **مسائل اجتماعی ایران**، سال هشتم، شماره ۱: ۷۲-۴۹.

- قدسی، علی محمد (۱۳۸۲). بررسی جامعه‌شناختی رابطه بین حمایت اجتماعی و افسردگی، پایان‌نامه دکتری رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس.

- عریضی، فروغ؛ ربانی، رسول و فرهمند، مهناز (۱۳۸۳). بررسی عوامل اجتماعی اختلال روانی افسردگی در شهر اصفهان (سال ۱۳۸۱)، **فرهنگ اصفهان**، شماره ۲۷ و ۲۸: ۱۰۶-۱۰۰.

- لهسایی‌زاده، عبدالعلی و مرادی، گل‌مراد (۱۳۸۶). رابطه سرمایه اجتماعی و سلامت روان در مهاجران، **رفاه اجتماعی**، دوره هفتم، شماره ۲۶: ۱۸۰-۱۶۱.

- مهرگان، نادر؛ قاسمی‌فر، ثمینه؛ سهرابی‌وفا، حسین و رشید، خسرو (۱۳۹۵). تاثیر شرایط اقتصادی و اجتماعی بر سلامت روانی در استان‌های ایران (۱۳۹۱-۱۳۷۸)، **مجلس و راهبرد**، سال بیست و سوم، شماره ۸۵: ۱۰۶-۸۵.

- محسنی تبریزی، علیرضا و راضی، اشرف (۱۳۸۶). رابطه حمایت اجتماعی و سلامت روانی در میان دانشجویان دانشگاه تهران، **مطالعات جوانان**، دوره دوم، شماره۱۰: ۹۵-۸۳.

- محسنی تبریزی، علیرضا و سیدان، فریبا (۱۳۸۳). منشأ اجتماعی بیماری افسردگی زنان، **پژوهش زنان**، دوره دوم، شماره ۲: ۱۰۲-۸۹.

- مرندی، سید علیرضا (۱۳۸۵). عوامل اجتماعی سلامت در کتاب جامع بهداشت عمومی، تهران: وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، معاونت تحقیقات و فناوری، کمیته رایانه‌ای طب و بهداشت.

- مهرگان، نادر؛ قاسمی‌فر، ثمینه؛ سهرابی‌وفا، حسین و رشید، خسرو (۱۳۹۵). تاثیر شرایط اقتصادی و اجتماعی بر سلامت روانی در استان‌های ایران (۱۳۹۱-۱۳۷۸)، **مجلس و راهبرد**، سال بیست و سوم، شماره ۸۵: ۱۰۶-۸۵.

- نوربالا، احمدعلی (۱۳۹۹). پیمایش ملی سلامت روان، زیر چاپ.

- Abdi, F., Rahnemaei, F. A., Shojaei, P., Afshani, F. & Mahmoodi, Z. (۲۰۲۱). Social determinants of mental health of women living in slum: a systematic review, **General Gynecology**, ٦٤(٢): ١٤٣-١٥٥.

- Adams, P. M. D. (۲۰۰۳). Healthy, wealthy, and wise? Tests for direct causal paths between health and socioeconomic status, **Journal of Econometrics**, ١١٢: ٣-٥٦.

- Albo, C., Uphoff, E. P., Stafford, M., Ballas, D., Wilkinson, R. G. & Pickett, K. E. (۲۰۱٤). The Effects of Socioeconomic Incongruity in the

Neighbourhood on Social Support, Self-Esteem and Mental Health in England. **Social Science & Medicine**, ۱۱۱: ۱-۹.
- Andreea, P. V., Ioana, E. I. & Wim, O. (۲۰۱۳). Inequality, Wealth and Health: Is Decreasing Income Inequality the Key to Crate Healthier Societies?, Soc Indic Res ۱۱۳.
- Bartolini, S., Bilancini, E. & Pugno, M. (۲۰۰۸). American Declines in Social Capital and Happiness: Is There Any Linkage? mimeo, University of Siena.
- Carolin, B. B. (۲۰۰۰). **Migration Theory: Talking Across Disciplin**, New York, Routledge.
- Cicognani, E., Pirini, C., Keyes, C., Joshanloo, M., Rostami, R. & Nosratabadi, M. (۲۰۰۷). Social Participation, Sense of Community and Social Well Being: A Study on American, Italian and Iranian University Students, **Springer Science & Business Media** B.V., p ۹۷-۱۱۲.
- Compton, M. T. & Shim, R. S. (۲۰۱۵). The social determinants of mental health. **Focus**, ۱۳(٤): ٤۱۹-٤۲٥.
- Cornwell, E. & Waite, L. (۲۰۰۹). Social disconnectedness, perceived isolation, and health among older adults. **journal of health and social behavior**, ٥۰(۱): ۳۱-٤۸.
- Friedman, C. (۲۰۱۹). The Social Determinants of Health Index. Rehabilitation psychology, online ahead of print.
- Elchuk, D. L., McPhail, I. V. & Olver, M. E. (۲۰۲۱). Stigma-related stress, complex correlates of disclosure, mental health, and loneliness in minor-attracted people. Stigma and Health. **Advance online publication**. https://doi.org/۱۰.۱۰۳۷/sah۰۰۰۰۳۱۷.
- Goodkind, J., Ferrera, J., Lardier, D., Meredith Hess, J. & Neil Greene, R. (۲۰۲۰). A Mixed-method Study of the Effects of Post-migration Economic Stressors on the Mental Health of Recently Resettled Refugees, **Society and Mental Health**, First published: ۲۷ Nov ۲۰۲۰.
- Helliwell, J. F. (۲۰۰۱). Social Capital, the Economy and Wellbeing, The Review of Economic Performance: The Longest Decade: Canada in the ۱۹۹۰s, Centre for the Study of Living Standards, Ottawa, Canada.
- Helliwell, J. F. (۲۰۰۲). How's life? Combining Individual and National Variables to Explain Subjective Well-being, National Bureau of Economic Research Working Paper Series.

- Helliwell, J. F. (۲۰۰٦). Well-being, Social Capital and Public Policy: What's New?, **The Economic Journal**, ۱۱٦(٥۱۰): ۳٤-٤٥.
- Iris, C. & Chou, K. L. (۲۰۰۱). Social support and depression among elderly Chinese people in Hong Kong, **International journal of Aging and Human Development**, Vol ٥۲, Issue ۳.
- Kawachi, I. et al. (۲۰۰۱). Social Capital for Health and Human Development, **American Journal of Public Health**, Vol. ٤٤.
- Kim, J. (۲۰۲۰). Does Relative Deprivation within Schools Influence Adolescent Depression?, **Society and Mental Health**, First published: ۱۹ Sep ۲۰۲۰.
- Kim, S. S. & Williams, D. R. (۲۰۱۲). Perceived Discrimination and Self-Rated Health in South Korea: A Nationally Representative Survey, **PLoSONE**, ۷(۱):e۳۰٥۰۱. Doi: ۱۰.۱۳۷۱/journal.pone.۰۰۳۰٥۰۱.
- Knapp, M. & Iemmi, V. (۲۰۱٤). Noncommunicable Disease: The Case of Mental Health, Macroeconomic Effect of Encyclopedia of Health Economics ۲.
- Jessop, B. (۱۹۷۲). **Social Order, Reform and Revolution: A Power Exchange and Institutionalisation Perspective**, New York: MacMillan.
- Landman-Peters, K. M. C. et al. (۲۰۰٥). Gender differences in the relation between social support, problems in parent-offspring communication, and depression and anxiety, **Social Sciences & Medicine**, ٦۰: ۲٥٤۹-٥۹.
- Larsson, P. (۲۰۱۳). The rhetoric/reality gap in social determinants of mental health. **Mental Health Review Journal**, ۱۸(٤): ۱۸۲-۱۹۳.
- Lee, B. et al. (۲۰۰٤). Alcohol Induced Stress and Social Support as Infuluences of the Substance Abusers Health and Well-being, PhD. Dissertation, School of Social Work, University of Pittsburgh.
- Marcus, J. (۲۰۱۳). The Effect of Unemployment on the Mental Health of Spouses-Evidence from Plant Closures in Germany, **Journal of Health Economics**, ۳۲.
- Mikkonen, J. & Raphael, D. (۲۰۱۰). **Social Determinants of Health: the Canadian Facts**. Library and Archives Canada Cataloguing in Publication.
- Mohseni-Cheraghlou, A. (۲۰۱۳). Labor Markets and Mental Wellbeing: Labor Market Conditions and Suicides in The United States (۱۹۷۹-۲۰۰٤), **The Journal of Socio-Economics**, ۴٥.

- Muntaner, C., Eaton, W. W., Miech, R. & O'Campo, P. (۲۰۰٤). Socioeconomic position and major mental disorders. **Epidemiol**. Rev. ۲٦(۱): ٥۳-٦۲.
- Noorbala, A. A., Bagheri Yazdi, S. A., Yasami, M. T. & Mohammad, K. (۲۰۰٤). Mental health survey of the adult population in Iran. **British Journal of Psychiatry**, ۱۸٤: ۷۰-۷۳.
- Parry, P. M. (۱۹۸۷). A study of the relationship between visitation and the perceived social well-being of nursing home residents, the University of texas at Arlington.
- Patel, V., Lund, C. & Hatherill, S. (۲۰۱۰). Mental Disorders: Equity and Social Determinants. In: Blas E, Sivasankara Kurup A, eds. **Equity, social determinants and public health programmes**. Geneva: World Health Organization ۳٤-۱۱٥.
- Raphael, D. (۲۰۰٦). Social determinants of health: present status, unanswered questions, and future directions. **International Journal of Health Services**, ۳٦(٤): ٦٥۱-٦۷۷.
- Saraceno, B., Levav, I. & Kohn, R. (۲۰۰٥). The public mental health significance of research on socio-economic factors in schizophrenia and major depression. **World Psychiatry**, ٤(۳): ۱۸۱-۱۸٥.
- Silva, M., Loureiro, A. & Cardoso, G. (۲۰۱٦). Social determinants of mental health: a review of the evidence, **Eur. J. Psychiat**. vol.۳۰ no.۴ Zaragoza oct./dic.
- Silvera, E. & Allebech, P. (۲۰۰۱). Migration, Aging and Mental Health: An Ethnographic Study on Perceptions of Life Satisfaction, Anxiety and Depression in Older Somali Men in East London, **International Journal of Social Welfare**, Vol. ۱۰.
- Stroebe, w., Zech, E. & StroebeMs, A. B. (۲۰۰٥). Does social support Help in bereavement? **Journal of social and clinical psychology**. ۲٤(۷): ۱۰۳۰-۱۰٥۰.
- Strohschein, L. & Gauthier, A. H. (۲۰۱۷). Poverty Dynamics, Parenting, and Child Mental Health in Canada, **Society and Mental Health**, Vol ۸, Issue ۳.
- Teff, N. (۲۰۱۱). Insights on Unemployment,Unemployment Insurance

and Mental Health, **Journal of Health Economics**, ۳.
- Thompson, S. et al. (۲۰۰۲). The Social and Cultural Context of the Mental Health of Filipinas Inqueensland, **Australian and NewZeland Journal of Psychology**, Vol. ۳٦.
- Turner, R. J. & Brown, R. L. (۲۰۱۰). Social Support and Mental Health, In: Teresa L. Scheid, & Tony N. Brown: **A Handbook for the study of mental health**, NY, Cambridge University Press: ۲۰۰-۲۱۲.
- Warren-Findlow, J., Laditka, J., Laditka, S. & Thompson, M. (۲۰۱۱). Association Between social relationships and emotional well-Being in Middle-Aged and Older Africans, **research on Aging**, ۳۳(٦): ۷۱۳-۷۳٤.
-WHO. (۲۰۰۱). **Mental health: New understanding, new hope**. Geneva, Switzerland: World Health Organization.
- WHO. (۲۰۰٦). Commission on social determinants of health (Ref. WHO/ EIP/ EOH/۰۱/۲۰۰٦). Geneva, Switzerland: Author.
- WHO international consortium of psychiatric epidemiology. (۲۰۰۷). Crossnational comparisons of mental disorders. Bulletin of Word Health Organization, ۷۸: ٤۱۳-٤۲٦.
- WHO. (۲۰۰۸). Policies and practices for mental health in Europe, meeting the challenges. Geneva, Switzerland: World Health Organization.
- WHO. (۲۰۱۰). Action on the social determinants of health: Learning from previous experiences: Social determinants of health discussion paper ۱ (debates).
- WHO. (۲۰۱۲). Mental Health action plan ۲۰۱۳-۲۰۲۰, Publications of the World Health Organization.

فصلنامه راهبرد توسعه/ سال بیستم و دوم/ شماره ۲ (پیاپی۸٦)/ تابستان ۱٤۰۵/ ٦۹۰-٦۵۷
Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No.۲ (۸٦)

شناسایی ظرفیت‌های توسعه دریا محور در خلیج‌فارس با تحلیل ماتریس SWOT (مطالعه موردی استان بوشهر)

حمزه شیخیانی[۱]
مجید قربانی[۲]

(تاریخ دریافت ۱۴۰۴/۷/۲۵ - تاریخ تصویب ۱۴۰۴/۱۱/۲۸)
نوع مقاله: **علمی پژوهشی**

چکیده:
هدف از این پژوهش، شناسایی ظرفیت‌های توسعه دریا محور در خلیج فارس است. برای رسیدن به این هدف، از روش توصیفی‌تحلیلی و ابزار ماتریس **SWOT** استفاده شده است. به همین منظور با استفاده از نظرات ۱۷ نفر از کارشناسان آشنا با حوزه دریا، نقاط قوت، ضعف، آسیب‌ها و تهدیدهای توسعه دریا محور در خلیج فارس شناسایی شده و به مطالعه موردی استان بوشهر پرداخته شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد مهم‌ترین نقاط قوت توسعه دریا محور در استان

[۱]- دانش‌آموخته دکتری اقتصاد دانشگاه شیراز، پژوهشگر و مدرس دانشگاه، بوشهر، ایران.
[۲]- استادیار گروه مدیریت و حسابداری، دانشگاه ملی مهارت، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)
ghorbani.tebyan@gmail.com

بوشهر، وجود بنادر تجاری و صیادی و وجود زیرساخت‌های لازم برای صادرات و واردات محصولات شیلاتی و وجود ۹۳۶ کیلومتر مرز دریایی و ۷۰۷ کیلومتر مرز کرانه‌ای و بیشترین مرز دریایی کشور با خلیج‌فارس است. مهم‌ترین نقاط ضعف توسعه دریا محور در استان بوشهر نیز کمبود زیرساخت‌هایی مانند انرژی، آب و برق و نبود امکان حمل‌ونقل ریلی و مناسب‌نبودن راههای ارتباطی استان بوشهر به مرکز کشور است. مهم‌ترین فرصتهای توسعه دریامحور در استان بوشهر، امکان ایجاد مشاغل جدید و پایدار در زمینه فرآوری و بسته‌بندی محصولات شیلاتی و امکان توسعه مناطق گردشگری در سواحل استان و توان ایجاد گردشگری بین‌المللی است؛ مهم‌ترین تهدیدهای موجود نیز تخریب محیط‌زیست دریایی، آلودگی‌های ناشی از صنعت و کشاورزی، تغییرات اقلیمی، افزایش سطح دریا، افزایش غلظت دریا ناشی از آب‌شیرین‌کن‌ها و انباشت فلزات سنگین است.

واژگان کلیدی: خلیج فارس، توسعه دریامحور، دریا، ماتریس **SWOT**

۱- مقدمه

امروزه دریا سهم بزرگی از اقتصاد را به خود اختصاص داده است. نزدیک به ۴۰ درصد جمعیت جهان در سواحل زندگی می‌کنند و بنا بر آمارها سهمی به ارزش ۱۵۰۰ میلیارد دلار در اقتصاد جهان دارند و پیش‌بینی شده است که این سهم در ۲۰ سال آینده با افزایش دو برابری به ۳ هزار میلیارد دلار برسد. بر اساس آمار بانک جهانی، اقتصاد دریا[۱] در اروپا، برای پنج میلیون و چهارصد هزار نفر اشتغال ایجاد کرده و ارزش‌افزوده‌ای بالغ بر ۵۰۰ میلیارد یورو را در هرسال برای اروپا به همراه داشته است (**World Bank,** ۲۰۱۷).

استفاده از دریاها و اقیانوس‌ها با توجه به ذخایر و منابع عظیمی که دارند، نقشی حیاتی و مؤثر در پایداری اقتصادی[۲] ایفا می‌کند. کشورهای آبی، سهم و بهره بیشتری از این اقتصاد دارند. ایران نیز با داشتن ۵۸۰۰ کیلومتر نوار ساحلی کشوری دریایی محسوب می‌شود؛ اما در میزان استفاده از

---

۱ - Maritime Economy

۲ - Economic Sustainability

این نعمت خدادادی چندان موفق نبوده است. بیشترین فعالیت در عرصه سواحل کشور، مربوط به محدوده‌های شهری و روستایی و تأسیسات بندری و نظامی است که همه اینها حدود ۵ درصد از ظرفیت سواحل کشور را به خود اختصاص داده‌اند و حدود ۹۵ درصد از این ظرفیت مورد توجه قرار نگرفته است. هرچند که در طول یک دهه اخیر در اسناد بالادستی و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی، کلیدواژه «اقتصاد دریا» بسیار تکرار شده، اما سهم آن در توسعه و اقتصاد کشور بسیار ناچیز بوده است.

بنا بر اعلام مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، اقتصاد دریا محور[۱]، راهبردی اساسی، توسعه‌ای، کنش‌گرا و تحول‌آفرین است و هرچند در طول سال‌های گذشته از عملیاتی‌شدن اهداف مورد انتظار توسعه‌ای در بخش اقتصاد دریا غفلت شده است، اما باگذشت زمان، موضوع توجه به ظرفیت عظیم اقتصاد آبی[۲] از حاشیه به متن آمده است.

در سند تحول دولت سیزدهم، اهمیت بهره‌گیری از اقتصاد دریا، یک ظرفیت مورد توجه بوده است و پیش‌تر نیز در برنامه‌های توسعه و سیاست‌های کلی برنامه ششم ابلاغی مقام معظم رهبری (مد ظله‌العالی) بر این موضوع تأکید شده بود. با در نظر گرفتن اینکه خلیج‌فارس یکی از نقاط مهم و استراتژیک در جهان محسوب می‌شود، سواحل آن نیز دارای موقعیتی قابل‌توجه در شکل‌گیری شهرها است.

ایران به لحاظ قرار داشتن دریای خزر در شمال و خلیج‌فارس و دریای عمان در جنوب، یکی از کشورهای دارای توان بالقوه فعالیت در زمینه اقتصاد دریا محسوب می‌شود. یکی از استان‌هایی که سابقه تاریخی در استفاده از ظرفیت دریا دارد استان بوشهر است. این استان در حاشیه آبراهه استراتژیک بین‌المللی خلیج فارس، دارای طولانی‌ترین مرز دریایی با این دریا است که این مهم، ظرفیت‌های قابل توجهی در بخش‌های مختلف فراهم کرده است.

استان بوشهر با داشتن ۷۰۷ کیلومتر مرز آبی با خلیج‌فارس و دارا بودن ۲۹ درصد از طول نوار

۱- Sea-based Economy

۲- Blue Economy

ساحلی کشور، از ظرفیت‌های مهم اقتصاد آبی برخوردار است. علاوه بر آن، این استان دارای ۲۲ جزیره و شبه‌جزیره است. این استان در بین استان‌های کشور، دارای سومین اقتصاد بزرگ و رتبه اول درآمد سرانه[۱] است و ترکیبی از فعالیت‌های بزرگ اقتصادی مانند نفت، گاز، پتروشیمی، شیلات، تأسیسات هسته‌ای، صنایع دریایی، کشاورزی، معادن و فعالیت‌های تجاری و گردشگری را شامل می‌شود که همه آن‌ها به اقتصاد آبی مربوط می‌شوند.

سواحل بوشهر به دو قسمت تقسیم می‌شود؛ نخست سواحل مسطح و باتلاقی با آبخور کم و خور نامناسب که جهت پهلو گرفتن کشتی‌های بزرگ تجاری نامناسب است. در این نوع سواحل -که بیشتر سواحل شمالی استان بوشهر را تشکیل می‌دهند - تنها کشتی‌های با آبخور پایین امکان پهلو گرفتن دارند. دوم سواحلی که بیشتر در سمت جنوب استان بوشهر قرار دارند؛ عمق دریا در کنار این سواحل به دلیل نزدیک‌شدن سلسله ارتفاعات به سواحل افزایش می‌یابد. این سواحل بیشتر سنگی هستند و شرایط لازم برای احداث اسکله و بندرگاه را دارا می‌باشند. موقعیت جغرافیایی استان بوشهر، منحصربه‌فرد است. گستردگی مرزهای بوشهر با دریا، موجب ارتباطات بازرگانی وسیع این بندر با کشورهای حوزه خلیج‌فارس، آسیای جنوب شرقی و شرق دور شده است. در داخل ایران نیز بندر بوشهر به دلیل مرکزیتش در بین بنادر جنوب، نزدیکی به استان فارس و دسترسی به نواحی داخلی ایران، همواره دارای موقعیت مناسب تجاری بوده است (تقوایی زحمت‌کش، ۱۳۹۵: ۳۹). از سال ۱۹۵۷ تا کنون، کرانه‌های خلیج‌فارس به‌ویژه استان بوشهر، به دلیل تمرکز منابع نفتی- گازی و نیز بنادر بازرگانی، یکی از محورهای کلیدی و حیاتی اقتصاد ایران به شمار می‌رود. از نیمه دوم سده بیست، محور ساحلی شمال خلیج‌فارس بنا به ملاحظات جغرافیای اقتصادی[۲]، تبدیل به ستون و محور اقتصادی برای استمرار بقای ملی ایرانیان بوده است. این محور با تبدیل‌شدن به محور تولید و صدور نفت خام، محور پایه‌ای بازرگانی یا صادرات - واردات و محور اصلی سرمایه‌گذاری‌های هیدروکربنی[۳]، عمق استراتژیک ایران را در برابر

۱- Per Capita Income

۲- Geoeconomics

۳- Hydrocarbon Iinvestments

تهدیدهای دریایی متمایل به صفر ساخته است (کریمی‌پور و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۸).
نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش‌های قبل (محرابی و قامتی مجرد، ۱۴۰۰: ۳) نشان می‌دهد که ایران با در اختیار داشتن کرانه‌های ساحلی شمالی خلیج‌فارس و دسترسی به آبراهه تنگه هرمز، موقعیتی ویژه را در منطقه دارا است و در این راستا استان بوشهر یکی از استان‌های توانمند با مزیت‌های بالقوه اقتصادی است. همچنین این استان به دلیل بهره‌مندی از منابع عظیم نفت، گاز و پتروشیمی و همچنین دسترسی به آب‌های آزاد و بنادر مناسب می‌تواند در جهان جایگاه ویژه‌ای کسب نماید. لذا با برنامه‌ریزی و طرح‌های کلان می‌توان از پتانسیل بالای این استان جهت حضور و نقش‌آفرینی ایران در نظام بین‌الملل استفاده بهینه نمود.
استان بوشهر به لحاظ موقعیت سوق‌الجیشی و وجود شرکت‌های بزرگ نفتی و اجرای طرح‌های صنعتی بزرگ مانند نیروگاه اتمی، صنایع کشتی‌سازی و نفت و گاز، نیروهای انسانی فعال استان‌های مجاور و سایر مناطق را به خود جذب کرده است. این استان دارای بنادر مهمی همچون بوشهر، کنگان، عسلویه، دیر، گناوه، دیلم است که در مرز خلیج‌فارس قرار دارند. از بعد اقتصادی، دو بندر کنگان و عسلویه از ظرفیت بالایی برای تجارت در حوزه‌های اقتصادی و صنعتی برخوردارند. به‌طورکلی قرار گرفتن در کنار صنایع عظیم گاز و پتروشیمی و داشتن مرز دریایی طولانی و قرار گرفتن در مسیر راه ترانزیتی بوشهر- بندرعباس و نزدیکی به کشورهای حوزه خلیج‌فارس سبب شده که این دو بندر با راه‌اندازی فازهای جدید و گسترش صنایع در منطقه، نقش کلیدی را در عرصه ملی و منطقه‌ای ایفا نمایند. در کنار بنادر مهم این استان، جزیره خارگ در حدود ۵۷ کیلومتری شمال غربی بوشهر و ۳۰ کیلومتری بندر ریگ و ۳۵ کیلومتری بندر گناوه واقع شده است. فعالیت‌های پتروشیمی، تأسیسات مربوط به توسعه یا اداره میدان‌های نفتی دریایی و بیش از ۹۵ درصد از صادرات نفت ایران در این جزیره انجام می‌گیرد (محرابی و قامتی مجرد، ۱۴۰۰: ۴).
وجود ظرفیت‌های اشاره‌شده، اگرچه منافع اقتصادی خوب و مهمی را برای استان و کل کشور در بر دارد، اما اثرات منفی زیست‌محیطی را برای دریا و مردم استان به همراه دارد. تغییرات

اقلیمی[۱]، یکی از بحث‌برانگیزترین و سیاسی‌ترین مسائل زیست‌محیطی است که استان بوشهر را تحت شعاع خود قرار داده است. اخیراً اکثریت قریب‌به‌اتفاق متخصصین تغییرات اقلیم، بر این باورند که فعالیت‌های مخرب انسانی تأثیر بسزایی بر تغییرات اقلیمی داشته که حتی از نقطه اوج آن نیز گذشته است و دیگر فرصتی برای خنثی‌سازی و مقابله با آسیب‌های زیست‌محیطی ناشی از آن وجود ندارد. بنابراین لازم است که برای ایجاد توسعه پایدار اقتصادی، تأثیرات منفی آتی بر محیط‌زیست را با توسعه روش‌های سازگار با محیط زیست و تولید انرژی از طریق کاهش استخراج معادن و سوزاندن سوخت‌های فسیلی تقلیل داد.

هدف از این تحقیق، شناسایی ظرفیت‌های توسعه دریا محور است که این امر از طریق شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های تجارت و توسعه دریا محور در استان بوشهر انجام گردید. با توجه به اهمیت موضوع، این تحقیق به دنبال پاسخگویی به سوالات زیر است:

ظرفیت‌های توسعه دریا محور در استان بوشهر چیست؟

نقاط قوت و ضعف توسعه دریا محور در استان بوشهر کدامند؟

فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی توسعه دریا محور در استان بوشهر چیست؟

چگونه می‌توان با استفاده از تحلیل ماتریس **SWOT**[۲]، استراتژی‌های مناسبی برای توسعه دریا محور در استان بوشهر تدوین کرد؟

برای پاسخ به این سؤالات، با استفاده از روش تحلیل توصیفی و با ابزار تحلیل ماتریس **SWOT** در ابتدا نقاط قوت، ضعف، آسیب‌ها و تهدیدهای توسعه دریا محور در حوزه خلیج فارس شناسایی شده است. به دلیل گستردگی موضوع، مطالعه موردی استان بوشهر انجام گرفته است. انتظار می‌رود نتایج این تحقیق، راهنمای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در جهت توسعه این استان باشد. همچنین، این تحقیق می‌تواند به عنوان یک الگو برای سایر استان‌های ساحلی کشور در جهت توسعه دریا محور مورد استفاده قرار گیرد.

---

[۱] - Climate Change

[۲]- stands for: Strength, Weakness, Opportunity, Threat

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در زمینه توسعه دریا محور و اقتصاد دریا، پژوهش‌های مختلفی در داخل و خارج کشور انجام شده است. پژوهش‌هایی همانند قلی‌پور و همکاران (۱۴۰۱)، مقیمی (۱۴۰۱)، محرابی و قامتی مجرد (۱۴۰۰)، تقوایی زحمت‌کش (۱۳۹۵) و کریمی‌پور و همکاران (۱۳۹۵) در موضوعات اقتصاد دریا و یا موضوعات تجاری و اقتصادی استان بوشهر انجام شده است. مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۴) نیز در یک گزارش پنج‌جلدی با عنوان اقتصاد دریا، به وجود ظرفیت‌های بالقوه و فرصت‌های ذی‌قیمت در قلمرو دریایی ایران در کنار قابلیت‌های سواحل آن با رویکرد آمایش منطقه‌ای و اهمیت آن در اقتصاد مقاومتی در بخش‌های کشاورزی و استحصال آب، شیلات، صنعت و انرژی، تجارت و کشتیرانی و گردشگری پرداخته است.

سبحانیان و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی به شناسایی منافع اقتصادی حاصل از اقتصاد دریا محور پرداخته و به این سوال پاسخ داده‌اند که تمرکز بر اقتصاد دریا محور چه تأثیری بر رفاه، تغییرات تراز تجاری[۱] و اشتغال کشور دارد؟ در این پژوهش، اثرات اقتصادی تمرکز بر اقتصاد دریا محور (بخش آبزی‌پروری و حمل‌ونقل دریایی)، بر اساس الگوی تعادل عمومی قابل محاسبه‌ی چند منطقه‌ای[۲] با بسته نرم‌افزاری **GEMPACK** تحلیل‌شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که با کاهش تعرفه بخش آبزی‌پروی، حجم تولیدات این بخش کاهش و با افزایش بهره‌وری[۳] نهاده‌های واسطه‌ای[۴] در دو بخش آبزی‌پروری و حمل‌ونقل دریایی، رفاه افزایش می‌یابد؛ همچنین با افزایش بهره‌وری نیروی کار و نهاده‌های واسطه‌ای، تراز تجاری این دو بخش مثبت می‌شود.

آکومولافی[۵] و همکاران(۲۰۲۲) در یک مطالعه، چالش‌ها و چشم‌اندازهای استقرار اقتصاد آبی

۱- Trade Balance

۲- Multi Regional Computable General Equilibrium Model (MRCGE)

۳- Productivity

۴- Intermediate Inputs

۵- Akomolafe

در مناطق ساحلی استان اوندو[۱] کشور نیجریه[۲] را بررسی نموده و به شناسایی نقاط قوت و ضعف آن پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که اقیانوس‌ها و دریاها، موتورهای اقتصاد جهانی هستند و پتانسیل زیادی برای رشد و توسعه مناطق ساحلی وجود دارد؛ اما علیرغم وجود این پتانسیل فوق‌العاده، رشد اقتصاد آبی چالش‌هایی را به همراه دارد. یکی از بارزترین موانع، نبود اهداف مشترک و مورد توافق اقتصاد آبی است.

بتل[۳] و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی فرصت‌ها، چالش‌ها و راهکارهای توسعه اقتصاد آبی را برای کشور کوچک ساحلی باهاما[۴] بررسی کرده‌اند. این مقاله مسیرهایی را برای توسعه اقتصادی با استفاده از نیروی مبتنی بر سنت[۵]،

در ارتباط با زمینه‌های نوظهور انرژی‌های تجدیدپذیر اقیانوسی[۶]، آبزی‌پروری فرا ساحلی[۷]، زیست‌فناوری دریایی[۸] و اکتشاف زیستی[۹] پیشنهاد داده و پیوندهای متقابل بین هر فعالیت را مورد مورد بحث قرار می‌دهد. با وجود اینکه رشد مبتنی بر اقتصاد آبی در این پژوهش مورد تشویق قرار می‌گیرد، اما مواردی از بی‌عدالتی آبی، همانند نگرانی‌های عدالت زیست‌محیطی ناشی از آلودگی و زباله، تخریب محیط‌زیست، توزیع ناعادلانه منافع اقتصادی، نقض حقوق بومیان و محرومیت از حکمرانی نیز در این پژوهش برجسته شده است.

اسلام و همکاران (۲۰۱۸) مطالعه‌ای با هدف بررسی سناریوی فعلی منابع دریایی بنگلادش[۱۰] و

۱- Ondo

۲- Nigeria

۳- Bethel

۴- Bahamas

۵- Traditional Strength

۶- Ocean Rrenewable Energies

۷- Offshore Aquaculture

۸- Marine Biotechnology

۹- Biological Exploration

۱۰- Bangladesh

شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های توسعه دریا محور این کشور انجام داده‌اند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که بنگلادش می‌تواند رشد اقتصادی خود را از طریق استفاده پایدار از منابع دریایی تسریع بخشد. این مقاله چالش‌های توسعه پایدار آبی در این کشور را فقدان سیاست‌های صحیح و عدم وجود متخصصان دریایی در سطوح بالای سیاست‌گذاری، سازمان‌ها و نهادهای ملی مشابه در وزارتخانه مربوط، تضمین حاکمیت بر کل فضای ساحلی و حفظ امنیت ساحل تجاری، کمبود دانش، نیروی کار متخصص و فناوری لازم برای بهره‌مندی حداکثری از اقتصاد آبی می‌داند.

۳-مبانی نظری

۳-۱- اقتصاد دریا محور

این واقعیت که اقیانوس‌ها و دریاها (و همچنین رودخانه‌ها، آبراه‌ها و دلتاها) برای توسعه پایدار اهمیت دارند، غیر

قابل انکار است. دو سوم سطح زمین را آب پوشانده است. دریاها به‌طور گسترده‌ای به‌عنوان مکانی برای پرورش تمام اشکال زندگی پذیرفته شده و به عنوان یک بخش اساسی در حفظ حیات انسان‌ها در زمین ضروری هستند. دریاها و اقیانوس‌ها، غذا و مواد معدنی را فراهم می‌کنند، اکسیژن تولید می‌کنند، گازهای گلخانه‌ای[۱] را جذب می‌کنند، تغییرات آب و هوایی را کاهش می‌دهند، بر الگوهای آب و هوا و دما تأثیر می‌گذارند و به‌عنوان بزرگراه‌هایی برای حمل و نقل انسان و تجارت دریایی عمل می‌کنند.

پیوند بین انسان‌ها و دریاها برای توسعه تمدن بشری اساسی بوده است. امروزه بیش از ۳ میلیارد نفر در نزدیکی سواحل زندگی می‌کنند و از بین ۲۰ شهر پرجمعیت جهان، ۱۶ شهر، ساحلی هستند و این تعداد با رشد جمعیت، جابجایی شهرها و افزایش تقاضا برای اقامت در نزدیکی اقیانوس‌ها و دریاها افزایش می‌یابد. اما سطح بالای وابستگی انسان‌ها به دریا، فشار بی‌سابقه‌ای را

---

[۱]- Green House Gas (GHG)

بر اکوسیستم‌های دریایی برای پاسخگویی به نیازهای روزافزون جمعیت رو به رشد جهانی وارد می‌کند. بنابراین نیاز روزافزون به مقررات بر اساس تعادل مناسب بین تقاضا برای منابع طبیعی اقیانوس‌ها و پایداری آن‌ها وجود دارد.

دریاها با خطرات زیست‌محیطی قابل‌توجهی روبرو هستند که می‌تواند بر چشم‌انداز اجتماعی و اقتصادی همه کشورها تأثیر منفی بگذارد، به‌ویژه کشورها و شهرهای ساحلی که به شدت به اقیانوس‌ها وابسته هستند. افزایش سطح دریاها به دلیل تغییرات آب و هوایی، اسیدی‌شدن آب دریاها در نتیجهٔ افزایش انتشار دی اکسید کربن[۱]، بهره‌برداری بیش از حد و مدیریت ضعیف منابع دریایی، رواناب فاضلاب، رسوب آلاینده‌ها به آبراه‌ها و به خطر افتادن بستر دریا در نتیجه جستجو و استخراج منابع معدنی، برخی از خطراتی هستند که دریاها و شهرهای ساحلی را تهدید می‌کنند.

بر اساس توافقات اجلاس جهانی توسعه پایدار[۲]، کشورهای عضو سازمان ملل، متعهد شدند از سلامت، بهره‌وری و انعطاف‌پذیری دریاها، اقیانوس‌ها و اکوسیستم‌های دریایی محافظت کنند تا تنوع زیستی[۳] آن‌ها را حفظ کنند و آن‌ها را قادر به حفاظت و استفاده پایدار برای نسل حاضر و آینده سازند.

از اقیانوس‌ها به‌عنوان انبار منابع زنده و غیرزنده یاد می‌شود. از زمان‌های بسیار قدیم، اقتصاد اقیانوس‌ها[۴] جایگاه مشخصی در تحلیل‌های اقتصادی داشته است. با افزایش نگرانی‌های زیست‌محیطی و استفاده نامحدود از منابع دریایی، مفهوم جدیدی به نام «اقتصاد آبی» به‌طور موازی ظهور کرد. در سال ۲۰۱۲ مفهوم اقتصاد آبی برای اولین‌بار در اجلاس توسعه پایدار که در سازمان ملل برگزار گردید، معرفی شد. از آن زمان، ترویج اقتصاد آبی توسط نهادهای مختلف بین‌المللی به‌منظور حفظ منابع گران‌بهای اقیانوسی آغاز شد. بااین‌حال، در ابتدا این

۱- Carbon Dioxide

۲- Rio+۲۰

۳- Biodiversity

۴- Oceans Economy

اصطلاح جدید و مبهم، اغلب به معنای «اقتصاد اقیانوس» یا «اقتصاد دریا» استفاده می‌شد. برای رفع ابهام این واژه‌ها، سازمان ملل در سال ۲۰۱۴ تعریف کاملاً متمایزی ارائه کرد. طبق تعریف سازمان ملل، «اقتصاد آبی» یک اقتصاد اقیانوسی است که هدف آن بهبود رفاه انسانی و برابری اجتماعی است و درعین‌حال، کاهش خطرات زیست‌محیطی و کمبودهای زیست‌محیطی را نیز مدنظر دارد (سبحانیان و همکاران، ۱۴۰۲: ۳۳).

استفاده از دریاها و اقیانوس‌ها برای کاهش فقر، امنیت غذایی و پایداری معیشت بسیار مهم است. در ایجاد تعادل بین الزامات زیست‌محیطی و ضروریات و قواعد اقتصادی، مفهوم اقتصاد اقیانوس -که به‌عنوان اقتصاد آبی یا اقتصاد دریا نیز نامیده می‌شود - ایجاد شده است. بانک جهانی، اقتصاد آبی یا اقتصاد اقیانوس را این‌گونه تعریف می‌کند: «استفاده پایدار از منابع اقیانوس‌ها برای رشد اقتصادی، بهبود معیشت و اشتغال ساکنین آن مناطق در حالی‌که سلامت آن زیست‌بوم حفظ شود»(World Bank, ۲۰۱۷).

«اقتصاد دریا محور» به صورت استفاده پایدار از ظرفیت منابع و گستره‌های آبی، اعم از اقیانوس‌ها، دریاها، دریاچه‌ها و جزایر برای رشد اقتصادی، بهبود وضعیت معیشت و ایجاد اشتغال و در نهایت افزایش تولید ناخالص داخلی[۱] تعریف می‌گردد. بنابراین، حوزه اقتصاد دریا فراتر از مواردی از قبیل شیلات و گردشگری دریایی است و مستلزم حمایت از صنایع مرتبط با آب و دریا و از جمله حمل‌ونقل دریایی، گردشگری دریایی، انرژی‌های تجدیدپذیر، آبزی‌پروری و شیلات، بیوتکنولوژی دریایی، زیست هواشناسی و معدنکاری دریایی است(سبحانیان و همکاران، ۱۴۰۲: ۳۴).

اسناد اجلاس جهانی توسعه پایدار به چندین طریق برای اجرای برنامه اقدام خود اشاره می‌کند که این مؤلفه‌ها به اقتصاد اقیانوس‌ها مربوط می‌شود. عناصر برنامه اقدام شامل تجارت، امور مالی، فناوری و ظرفیت‌سازی[۲] است. از این منظر، ایجاد یک رژیم حاکمیتی مؤثر برای اقتصاد

۱- Gross Domestic Product (GDP)

۲- Capacity Building

اقیانوس‌ها برای ایجاد و تنظیم تعادل پایدار بین استفاده از منابع دریایی و حفاظت از دستگاه‌های زیست‌محیطی دریایی ضروری است. در حوزه‌های حاکمیت تجاری[۱]، سیستم تجارت چندجانبه[۲] - که در سازمان تجارت جهانی[۳] به تصویب رسیده است- موظف است قوانین تجاری را به‌گونه‌ای اجرا کند که از استفاده بهینه از منابع جهانی و از جمله منابع دریایی حمایت کند. این دستور، اهداف توسعه پایدار را برجسته می‌کند و به دنبال حفاظت از محیط‌زیست به شیوه‌ای سازگار با نیازها و نگرانی‌های کشورها در سطوح مختلف توسعه اقتصادی است (Onguglo et al, ۲۰۱٤).

اقتصاد آبی بر فعالیت‌های اقتصادی وابسته به دریا و بخش‌های مرتبط از جمله ماهیگیری، حمل‌ونقل، گردشگری دریایی و انرژی تأکید دارد. جوامع بین‌المللی اعتقاد دارند که اقتصاد آبی از ۳ بخش اصلی تشکیل‌شده است: مقابله اقتصاد با بحران جهانی آب، توسعه اقتصادی نوآور و توسعه‌ی اقتصاد دریایی.

۳-۲- سیاست‌های ابلاغی توسعه دریا محور

توسعه دریا محور به لحاظ اهمیت، در عالی‌ترین سطوح سیاست‌گذاری، تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی مورد توجه قرار دارد که بازتاب آن را می‌توان در ابلاغ سیاست‌های کلی توسعه دریا محور توسط مقام معظم رهبری در تاریخ ۱۴۰۲/۰۸/۱۶ و همچنین هدف‌قرار دادن اقتصاد دریا در فصل ۱۲ برنامه هفتم پیشرفت مشاهده کرد.

بر این اساس، در راستای اجرای سیاست‌های کلی توسعه دریا محور، برنامه جامع ارائه‌شده دولت قبل برای تحقق سیاست‌ها مطابق با برنامه زمان‌بندی‌شده در ۴۴ ماده در اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۳ به تصویب هیئت وزیران رسید؛ ولی متأسفانه با شهادت رئیس‌جمهور محترم دولت قبل، این مسئله ناتمام ماند. البته در دولت جدید نیز به تازگی سیاست‌هایی در خصوص توجه به اقتصاد

۱- Business Governance

۲- Multilateral Trading System (MTS)

۳- World Trade Organization (WTO)

دریامحور اتخاذ شده است.

نهادهای مختلفی در کشور متولی اجرای برنامه‌های توسعه دریامحور هستند. نهادهایی همچون کارگروه ویژه علوم دریایی در وزارت علوم، شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان‌های ساحلی، کارگروه ساماندهی سواحل در وزارت کشور، دبیرخانه شورای توسعه سواحل مکران، کارگروه رفع مشکلات و توسعه شهرستان ابوموسی در وزارت کشور، کارگروه ساماندهی سواحل، بنادر و جزایر ذیل کار ویژه مرز شورای امنیت کشور، سازمان بنادر و دریانوردی، کارگروه ملی اقتصاد دریا (زیرمجموعه معاون اول رئیس‌جمهور)، شورای عالی آمایش سرزمین، شورای عالی اقیانوس‌شناسی، شورای عالی صنایع دریایی و شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، برخی از مراکز تصمیم‌گیری در حوزه توسعه دریا محور هستند.

مهم‌ترین مسئله‌ای که در این خصوص باید در دولت جدید مورد توجه قرار گیرد برنامه‌ای‌کردن سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری و تعیین متولی واحد برای اجرای این سیاست‌ها است. سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری در ۹ بند به شرح ذیل ابلاغ‌شده است:

۱- سیاست‌گذاری یکپارچه امور دریایی و تقسیم‌کار ملی و مدیریت چابک و کارآمد دریا به‌منظور بهره‌گیری حداکثری از ظرفیت‌های دریا، برای احراز جایگاه شایسته جهانی و رتبه اول در منطقه.

۲- توسعه فعالیت‌های اقتصادی دریا محور و ایجاد قطب‌های توسعه دریایی پیشران در سواحل، جزایر و پس‌کرانه‌ها به‌گونه‌ای که نرخ رشد اقتصادی در حوزه فعالیت‌های دریا محور طی ده سال همواره حداقل دو برابر نرخ رشد اقتصادی کشور باشد.

۳- تسهیل و توسعه سرمایه‌گذاری و مشارکت داخلی و خارجی با ایجاد زیرساخت‌های لازم نرم‌افزاری و سخت‌افزاری (حقوقی، اقتصادی، زیربنایی و امنیتی).

۴- تدوین طرح جامع توسعه دریا محور با پهنه‌بندی دریا، کرانه و پس‌کرانه و تعیین سهم و جغرافیای جمعیت، تجارت، صنعت، کشاورزی و گردشگری، خصوصاً در سواحل و جزایر جنوب و بالأخص سواحل مکران با تأکید بر هویت ایرانی- اسلامی طی حداکثر یک سال پس از ابلاغ سیاست.

۵- بهره‌برداری حداکثری و بهینه از ظرفیت‌ها، منابع و ذخایر زیست‌بوم دریایی با ممانعت از

تخریب محیط‌زیست دریایی بخصوص توسط کشورهای دیگر.

۶- تأمین و ارتقاء سرمایه انسانی و مدیریت متعهد و کارآمد و ایجاد پشتوانه علمی، آموزشی و پژوهشی برای توسعه دریا محور و زیست‌بوم نوآوری و فناوری دریایی.

۷- توسعه همکاری‌های اقتصادی، تجاری و سرمایه‌گذاری در طرح‌های بزرگ‌مقیاس و دانش‌بنیان زیرساختی، تولیدی و خدماتی با کشورهای همسایه و سایر کشورها به‌منظور بهره‌گیری از ظرفیت‌های دریایی و حضور مؤثر در معابر بین‌المللی و دستیابی به موقعیت قطب‌های منطقه‌ای.

۸- افزایش سهم کشور در حمل‌ونقل دریایی و ترانزیت با ایجاد و تقویت شبکه حمل‌ونقل ترکیبی.

۹- حمایت از سرمایه‌گذاران بومی و محلی در طرح‌های توسعه‌ای و حمایت از فعالان اقتصادی و بنگاه‌های کوچک و متوسط[۱] جوامع محلی در حوزه‌های مختلف از جمله صیادی، کشاورزی، صنعتی و گردشگری.

استان بوشهر به لحاظ ساحلی‌بودن و دارا بودن بیشترین مرز دریایی با خلیج فارس، یکی از مخاطبین اصلی این سیاست‌ها است. همه بندهای ۹ گانه و به‌ویژه بند ۶ و ۹ باید مورد توجه مراکز علمی و سیاست‌گذاری استان قرار گیرد.

٤- روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر نوع مطالعه، ترکیبی (از نوع اکتشافی) است. پژوهش‌های ترکیبی، مطالعاتی هستند که با استفاده از ترکیب دو مجموعه روش‌های تحقیق کمی و کیفی به انجام می‌رسند. جمع‌آوری داده‌ها از روش‌های کتابخانه‌ای، مصاحبه و پرسشنامه است. جامعه آماری در این پژوهش، کارشناسان، پژوهشگران و مدیران حوزه اقتصاد دریا در استان هستند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، روش نمونه‌گیری هدفمند[۲] است.

---

[۱]- Small and Medium-sized Enterprises (SMEs)

[۲]- Purposive Sampling

در این پژوهش از ماتریس **SWOT** به‌منظور تجزیه‌وتحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و چالش‌های پیش‌روی توسعه دریا محور در استان بوشهر استفاده شده است. روش **SWOT** یک چارچوب جهت کمک به برنامه‌ریزان برای شناسایی راهبردهای دستیابی به اهداف را نشان می‌دهد. این روش، مسائل را در دو بعد داخلی و خارجی بررسی می‌کند که نقاط قوت و ضعف از عوامل داخلی و فرصت‌ها و تهدیدها از عوامل خارجی محسوب می‌شوند. از دیدگاه این روش، راهبرد مناسب، قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند.

کاربرد دیگر مدل**SWOT**، مقایسه فرصت‌ها و تهدیدهای کلیدی خارجی با ضعف‌ها و قوت‌های داخلی است. این تحلیل ابزاری کارآمد برای شناسایی شرایط محیطی و توانایی‌های درونی سازمان است. پایه و اساس این ابزار کارآمد در مدیریت استراتژیک و بازاریابی، شناخت محیط پیرامونی سازمان است. حروف **SWOT**، ابتدای کلمات **Strength** به معنای قوت، **Weakness** به معنای ضعف، **Opportunity** به معنای فرصت و **Threat** به معنای تهدید است. ماهیت قوت و ضعف به درون سازمان و ماهیت فرصت و تهدید معمولاً به محیط بیرونی مربوط است. تجزیه‌وتحلیل **SWOT** یک روش برنامه‌ریزی استراتژیک است که ابزار ارزیابی را در اختیار ما می‌گذارد. شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای اصلی منجر به تجزیه‌وتحلیل مبتنی بر واقعیت، کسب چشم‌اندازهای تازه و ایده‌های جدید می‌شود.

بدین منظور، در ابتدا پرسش‌نامه‌ای برای شناسایی نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدها تدوین شد. سپس این پرسشنامه‌ها از طریق مصاحبه حضوری و فضای مجازی تکمیل گردید. از آنجا که روش نمونه‌گیری این تحقیق مبتنی بر هدف است، برای بررسی عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) از تعداد ۱۷ نفر کارشناس امر نظرخواهی شده است. ۶ نفر از این کارشناسان دارای تحصیلات دکتری، ۶ نفر کارشناسی ارشد و ۵ نفر نیز دارای مدرک کارشناسی بوده‌اند. برخی از این کارشناسان دارای سوابق مسئولیتی کلان در استان هستند. سپس اطلاعات حاصل از پرسشنامه‌ها وارد جدول شد و نتایج آن برای تجزیه‌وتحلیل آماده گردید.

۵- یافته‌های پژوهش

نتایج تحقیق در جداول شماره ۱ و ۲ نشان داده شده است. در جدول شماره ۱ نقاط قوت و ضعف و در جدول شماره ۲ فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه دریا محور در استان بوشهر بیان شده است. برای اولویت‌بندی بین موارد مختلف از روش میانگین نسبی[۱] استفاده شده است.

۵-۱- عوامل داخلی ظرفیت‌های توسعه دریا محور خلیج‌فارس (نقاط قوت و ضعف)

بر اساس نظر کارشناسان و میانگین نسبی از این پاسخ‌ها در جدول شماره ۱، **مهم‌ترین نقاط قوت توسعه دریا محور در استان بوشهر** به ترتیب عبارت‌اند از:

۱- وجود بنادر تجاری و صیادی و زیرساخت‌های لازم برای صادرات و واردات محصولات شیلاتی در استان

۲- وجود ۹۳۶کیلومتر مرز دریایی و ۷۰۷ کیلومتر مرز کرانه‌ای

۳- تصویب زیرساخت‌های عمده تولید مانند منطقه آزاد تجاری، منطقه ویژه شمال استان، شهر مولد، شهرک‌های شیلاتی و ...

۴- منابع غنی دریایی و تنوع گونه‌های آبزی، اعم از ماهی، میگو، صدف و ... در سواحل استان

۵- سابقه تاریخی بوشهر در انجام فعالیت‌های دریا محور و درهم‌تنیدگی فرهنگ منطقه با فعالیت‌های اقتصادی دریا محور و میل و استقبال اجتماعی به فعالیت‌های دریایی

۶- افزایش روزافزون تولید محصولات شیلاتی در استان

۷- همسایگی استان بوشهر با ۷ کشور منطقه‌ای از طریق خلیج‌فارس

۸- وجود نیروگاه اتمی بوشهر که قابلیت‌های بسیار زیادی در پزشکی، کشاورزی، صنایع، تولید برق و ... می‌تواند داشته باشد.

۹- وجود پژوهشگاه‌هایی مثل مرکز اقیانوس‌شناسی، پژوهشگاه دریا و ... در استان و نیز وجود رشته‌های مرتبط

---

[۱]- Relative Average

با دریا در دانشگاه‌های استان

۱۰- هزینه پایین حمل‌ونقل دریایی

۱۱- وجود معادن فراوان و دست‌نخورده در استان

۱۲- وجود کشاورزی صادرات‌محور در استان

۱۳- وجود صنایع دریایی و نفت و گاز و پتروشیمی و تولیدکنندگان مواد خام صنعتی در استان

۱۴- پرورش جلبک‌های دریایی و صنایع نوظهور در استان با کمک مخترعان بومی

در پاسخ به یکی از سؤالات، کارشناسان به بیان نقاط ضعف توسعه دریا محور در استان بوشهر پرداخته‌اند. بر اساس پاسخ کارشناسان و میانگین نسبی از این پاسخ‌ها در جدول شماره ۱، **مهم‌ترین نقاط ضعف توسعه دریا محور در استان بوشهر** عبارت‌اند از:

۱- کمبود زیرساخت‌های انرژی، آب و برق در استان برای توسعه

۲- نبود امکان حمل‌ونقل ریلی و مناسب‌نبودن راه‌های ارتباطی استان به مرکز کشور

۳- مشکلات زیست‌محیطی استان ناشی از وجود تأسیسات پارس جنوبی

۴- وجود تهدیدات فرهنگی و عدم وجود پیوست‌های فرهنگی مناسب برای توسعه دریا محور در استان

۵- نزدیکی به کشورهای همسایه و سهولت خروج ارزش‌افزوده تولیدات داخلی به کشورهای دیگر و هجوم کالاها و خدمات کشورهای دیگر به بازارهای محلی

۶- کمبود نیروهای متخصص بومی برای توسعه دریا محور

۷- عدم توسعه حمل‌ونقل ترکیبی در استان ، کمبود زیرساخت‌های لازم و سن بالای ناوگان دریایی استان

۸- کمبود نیروی کار متخصص، ضعف فرهنگ دریایی، ناتوانی در بازاریابی و جذب گردشگر دریایی و سنتی‌بودن فعالیت‌ها

۹- کمبود زیرساخت‌های لجستیکی مثل کانتینرهای یخچالی

۱۰- عدم گفتمان‌سازی توسعه دریا محور در استان و کشور

۱۱- عدم تکمیل زنجیره‌های ارزش[۱] تولیدات دریا محور که منجر به خام‌فروشی شده است.
۱۲- عدم وجود ظرفیت‌سازی‌های لازم برای توسعه دریا محور در رقابت با سایر کشورها از جمله کشورهای جنوب خلیج‌فارس
۱۳- طولانی‌بودن سیر مراحل ورود به فعالیت‌های اقتصاد دریا محور
۱۴- ضعف در توسعه گردشگری دریایی و کمبود امکانات رفاهی و تفریحی برای مسافران و گردشگران

جدول شماره (۱) - عوامل داخلی (قوت و ضعف) توسعه دریا محور در استان بوشهر

نقاط قوت	فراوانی	میانگین نسبی	نقاط ضعف	فراوانی	میانگین نسبی
وجود بنادر تجاری و صیادی، زیرساخت‌های لازم برای صادرات و واردات محصولات شیلاتی را فراهم کرده است.	۵	۰.۱۴۲۸۶	کمبود زیرساخت‌های انرژی،آب و برق در استان برای توسعه	۶	۰/۲
استان بوشهر دارای ۹۳۶ کیلومتر مرز دریایی و ۷۰۷ کیلومتر مرز کرانه‌ای و بیشترین مرز دریایی با خلیج‌فارس است.	۴	۰.۱۱۴۲۹	نبود امکان حمل‌ونقل ریلی و مناسب‌نبودن راه‌های ارتباطی استان به مرکز کشور	۵	۰/۱۶۷
تصویب زیرساخت‌های عمده تولید مانند منطقه آزاد تجاری، منطقه ویژه شمال استان، شهر مولد، شهرک‌های شیلاتی و ...	۴	۰.۱۱۴۲۹	مشکلات زیست‌محیطی استان ناشی از وجود تأسیسات پارس جنوبی	۳	۰/۱

[۱]- Value chains

منابع غنی دریایی و تنوع گونه‌های آبزی، اعم از ماهی، میگو، صدف و ... در سواحل استان	۳	۰.۰۸۵۷۱	وجود تهدیدات فرهنگی و عدم وجود پیوست‌های فرهنگی مناسب برای توسعه دریا محور در استان	۲	۰/۰۶۶۷
سابقه تاریخی بوشهر در انجام فعالیت‌های دریا محور و درهم‌تنیدگی فرهنگ منطقه با فعالیت‌های اقتصادی دریا محور و میل و استقبال اجتماعی به فعالیت‌های دریایی	۳	۰.۰۸۵۷۱	نزدیکی به کشورهای همسایه و سهولت خروج ارزش‌افزوده تولیدات داخلی به کشورهای دیگر و هجوم کالاها و خدمات کشورهای دیگر به بازارهای محلی	۲	۰/۰۶۶۷
تولید محصولات شیلاتی در استان افزایش‌یافته که می‌تواند با برنامه‌ریزی صحیح و سرمایه‌گذاری افزایش یابد.	۳	۰.۰۸۵۷۱	کمبود نیروهای متخصص بومی برای توسعه دریا محور	۲	۰/۰۶۶۷
همسایگی با ۷ کشور منطقه از طریق خلیج‌فارس	۳	۰.۰۸۵۷۱	عدم توسعه حمل‌ونقل ترکیبی در استان، کمبود زیرساخت‌های لازم و سن بالای ناوگان دریایی استان	۲	۰/۰۶۶۷
وجود نیروگاه اتمی بوشهر که قابلیت‌های بسیار زیادی در پزشکی، کشاورزی، صنایع، تولید برق و ... می‌تواند داشته باشد.	۲	۰.۰۵۷۱۴	کمبود نیروی کار متخصص، ضعف فرهنگ دریایی، ناتوانی در بازاریابی و جذب گردشگر دریایی و سنتی‌بودن فعالیت‌ها	۲	۰/۰۶۶۷

وجود پژوهشگاه‌هایی مثل مرکز اقیانوس‌شناسی، پژوهشگاه دریا و ... در استان و نیز وجود رشته‌های مرتبط با دریا در دانشگاه‌های استان	۲	۰.۰۵۷۱۴	کمبود زیرساخت‌های لجستیکی مثل کانتینرهای یخچالی	۱	۰/۰۳۳۳
هزینه پایین حمل‌ونقل دریایی	۲	۰.۰۵۷۱۴	عدم گفتمان‌سازی توسعه دریا محور در استان و کشور	۱	۰/۰۳۳۳
وجود معادن فراوان و دست‌نخورده در استان	۱	۰.۰۲۸۵۷	عدم تکمیل زنجیره‌های ارزش تولیدات دریا محور که منجر به خام‌فروشی شده است.	۱	۰/۰۳۳۳
وجود کشاورزی صادرات‌محور در استان	۱	۰.۰۲۸۵۷	عدم وجود ظرفیت‌سازی‌های لازم برای توسعه دریا محور در رقابت با سایر کشورها از جمله کشورهای جنوب خلیج‌فارس	۱	۰/۰۳۳۳
وجود صنایع دریایی و نفت و گاز و پتروشیمی و تولیدکنندگان مواد خام صنعتی در استان	۱	۰.۰۲۸۵۷	طولانی‌بودن سیر مراحل ورود به فعالیت‌های اقتصاد دریا محور	۱	۰/۰۳۳۳
پرورش جلبک‌های دریایی و صنایع نوظهور در استان با کمک مخترعان بومی	۱	۰.۰۲۸۵۷	ضعف در توسعه گردشگری دریایی و کمبود امکانات رفاهی و تفریحی برای مسافران و گردشگران	۱	۰/۰۳۳۳
جمع	۳۵	۱	جمع	۳۰	۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش

۲-۵- عوامل خارجی ظرفیت‌های توسعه دریا محور خلیج‌فارس (فرصت‌ها و تهدیدها)

برای کشف فرصت‌های توسعه دریا محور در استان بوشهر از کارشناسان خواسته شد این فرصت‌ها را نام ببرند. بر اساس پاسخ کارشناسان و میانگین نسبی از این پاسخ‌ها، **مهم‌ترین فرصت‌های توسعه دریا محور در استان بوشهر** بر اساس جدول شماره ۲ به ترتیب به شرح ذیل است:

۱- امکان ایجاد مشاغل جدید و پایدار در زمینه فرآوری و بسته‌بندی محصولات شیلاتی برای مردم استان

۲- ایجاد مناطق گردشگری در سواحل استان و ایجاد گردشگری بین‌المللی با رعایت مسائل گردشگری اسلامی

۳- توسعه صنعت شیلات در استان به‌عنوان صنعت اشتغال‌زا و ارزآور و توسعه کشاورزی دریایی

۴- توسعه فناوری‌های نوین در پرورش آبزیان و نوآوری در صنایع دریایی و توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر

۵- ایجاد منافع مشترک استانی و کشوری با کشورهای اسلامی منطقه و تقویت روابط بین‌المللی

۶- بلااستفاده‌بودن عرصه‌های فعالیت دریایی در استان و نبود رقبای قوی

۷- توجه سیاست‌های ابلاغی به مؤلفه‌های محیط‌زیستی، قانونی، دیپلماسی اقتصادی، سرمایه انسانی، فنّاوری، مهارتی و دانشی، ترانزیت و کمک به تحقق اقتصاد مقاومتی در استان و کاهش وابستگی به نفت

۸- وجود تعداد زیادی قفس پرورش ماهی در سواحل استان و توسعه آن در خلیج‌فارس

۹- وجود چاه‌های نفت بلااستفاده در داخل دریا

۱۰- وجود قوانین مزیت‌دار مبادلات مرزی برای تأمین ارزان و آسان نهاده‌ها و خط تولید، مانند قانون ساماندهی ملوانی و قانون تعاونی‌های مرزنشینان

مهم‌ترین تهدیدهای توسعه دریا محور در استان بوشهر نیز بر اساس نظر کارشناسان و بر اساس اولویت‌بندی میانگین نسبی عبارت‌اند از:

۱- تخریب محیط‌زیست دریایی، آلودگی‌های ناشی از صنعت و کشاورزی، تغییرات اقلیمی و

افزایش سطح دریا، افزایش غلظت دریا حاصل از آب‌شیرین‌کن‌ها و انباشت فلزات سنگین

۲- مشکلات فرهنگی و اجتماعی و تبدیل گردشگری به مراکز فساد اخلاقی در استان

۳- نوسانات اقتصادی و نرخ ارز، محدودیت‌های مالی و بانکی و تحریم‌ها

۴- تعدد کارگروه‌ها و نهادهای تصمیم‌ساز در حوزه دریا و سواحل و فقدان مدیریت یکپارچه[۱]

۵- چالش‌های ساختاری و عدم هماهنگی بین نهادها و سازمان‌ها

۶- صید بی‌رویه و تخریب ذخایر دریایی

۷- عدم همراهی مردم محلی در فرایند توسعه و نبود اعتماد متقابل

۸- فقدان قوانین و مقررات جامع و کمبود برنامه بلندمدت

۹- تنش‌های منطقه‌ای و بین‌المللی، محدودیت‌های تجاری دریایی و مشکلات دسترسی به آب‌های آزاد

۱۰- افزایش قیمت زمین و مسکن و افزایش نرخ تورم در استان

۱- Integrated Management

جدول شماره (۲) - عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) توسعه دریا محور در استان بوشهر

فرصت‌ها	فراوانی	میانگین نسبی	تهدیدها	فراوانی	میانگین نسبی
امکان ایجاد مشاغل جدید و پایدار در زمینه فرآوری و بسته‌بندی محصولات شیلاتی برای مردم استان	۶	۰.۱۳۳۳۳۳	تخریب محیط زیست دریایی، آلودگی‌های ناشی از صنعت و کشاورزی، تغییرات اقلیمی و افزایش سطح دریا، افزایش غلظت دریا حاصل از آب‌شیرین‌کن‌ها و انباشت فلزات سنگین	۹	۰/۲۶۴۷
ایجاد مناطق گردشگری در سواحل استان و ایجاد گردشگری بین‌المللی با رعایت مسائل گردشگری اسلامی	۵	۰.۱۱۱۱۱۱	مشکلات فرهنگی و اجتماعی و تبدیل مراکز گردشگری به مراکز فساد اخلاقی در استان	۴	۰/۱۱۷۶
توسعه صنعت شیلات در استان به‌عنوان صنعت اشتغال‌زا و ارزآور و توسعه کشاورزی دریایی	۵	۰.۱۱۱۱۱۱	نوسانات اقتصادی و نرخ ارز، محدودیت‌های مالی و بانکی و تحریم‌ها	۳	۰/۰۸۸۲۴
توسعه فناوری‌های نوین در پرورش آبزیان و نوآوری در صنایع دریایی و توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر	۴	۰.۰۸۸۸۸۹	تعدد کارگروه‌ها و نهادهای تصمیم‌ساز در حوزه دریا و سواحل و فقدان مدیریت یکپارچه	۲	۰/۰۵۸۸
ایجاد منافع مشترک استانی و کشوری با کشورهای اسلامی منطقه و تقویت روابط بین‌المللی	۳	۰.۰۶۶۶۶۷	چالش‌های ساختاری و عدم هماهنگی بین نهادها و سازمان‌ها	۲	۰/۰۵۸۸
بلااستفاده بودن عرصه‌های فعالیت دریایی در استان و نبود رقبای قوی	۳	۰.۰۶۶۶۶۷	صید بی‌رویه و تخریب ذخایر دریایی	۲	۰/۰۵۸۸

توجه سیاست‌های ابلاغی به مؤلفه‌های محیط‌زیستی، قانونی، دیپلماسی اقتصادی، سرمایه انسانی، فنّاوری، مهارتی و دانشی، ترانزیت و کمک به تحقق اقتصاد مقاومتی در استان و کاهش وابستگی به نفت	۳	۰.۰۶۶۶۶۷	عدم همراهی مردم محلی در فرایند توسعه و نبود اعتماد متقابل	۲	۰/۰۵۸۸
وجود تعداد زیادی قفس پرورش ماهی در سواحل استان و توسعه آن در خلیج‌فارس	۲	۰.۰۴۴۴۴	فقدان قوانین و مقررات جامع، کمبود برنامه بلندمدت	۲	۰/۰۵۸۸
وجود چاه‌های نفت بلااستفاده در داخل دریا	۲	۰.۰۴۴۴۴	تنش‌های منطقه‌ای و بین‌المللی، محدودیت‌های تجاری دریایی و مشکلات دسترسی به آب‌های آزاد	۲	۰/۰۵۸۸
وجود قوانین مزیت‌دار مبادلات مرزی برای تأمین ارزان و آسان نهاده‌ها و خط تولید، مانند قانون ساماندهی ملوانی و قانون تعاونی‌های مرزنشینان	۲	۰.۰۴۴۴۴	افزایش قیمت زمین و مسکن و افزایش نرخ تورم در استان	۱	۰/۰۲۹۴
وجود کارگاه‌های تکثیر و تولید بچه‌میگو در استان	۲	۰.۰۴۴۴۴	فرسایش سریع تأسیسات تولیدی به دلیل رطوبت بالای هوا در استان	۱	۰/۰۲۹۴
برخی صنایع مثل نیروگاه اتمی و آب‌شیرین‌کن‌ها فقط در کنار دریا می‌توانند کار کنند و سواحل استان بوشهر مناسب‌ترین‌جا برای این صنایع هستند.	۲	۰.۰۴۴۴۴	مشکلات اجتماعی و فرهنگی ناشی از ورود نیروهای کار غیر بومی	۱	۰/۰۲۹۴

تأکید سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری بر حمایت از سرمایه‌گذاری‌های بومی و استفاده از ظرفیت‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط محلی	۱	۰.۰۲۲۲۲۲	موانع مالی و کمبود سرمایه‌گذاری‌های دولتی و خصوصی، مشکلات در تخصیص بودجه، هزینه‌های بالای زیرساخت	۱	۰/۰۲۹۴
تبدیل ایران به کریدور بین‌قاره‌ای	۱	۰.۰۲۲۲۲۲	نبود اختیار کافی برای نهادهای دریایی	۱	۰/۰۲۹۴
توسعه اقتصادی استان و خروج از وضعیت کم‌برخورداری	۱	۰.۰۲۲۲۲۲	نیاز به تحقیقات پیشرفته، فقدان دانش فنی کافی، کمبود فناوری‌های پیشرفته و نوین دریایی، کمبود منابع انرژی پایدار در بنادر و سواحل	۱	۰/۰۲۹۴
جلوگیری از مهاجرت نخبگان استان	۱	۰.۰۲۲۲۲۲			
دسترسی به آب‌های آزاد از طریق خلیج‌فارس	۱	۰.۰۲۲۲۲۲			
دسترسی به یارانه‌های مختلف دولتی در مقایسه با کشورهای همسایه	۱	۰.۰۲۲۲۲۲			
جمع	۴۵	۱	جمع	۳۴	۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش

۲-۵- راهبردهای SOWT:

با توجه به اطلاعات ارائه‌شده در جداول شماره ۱ و ۲ و تحلیل وضعیت توسعه دریا محور در استان بوشهر، راهبردهای **SWOT** به شرح ذیل استخراج و ارائه می‌گردند. این راهبردها با هدف استفاده حداکثری از ظرفیت‌ها، رفع موانع، بهره‌برداری از فرصت‌ها و خنثی‌سازی تهدیدها تدوین شده‌اند.

۱-۲-۵- راهبردهای SO [۱] (حداکثر-حداکثر)؛ استفاده از نقاط قوت برای بهره‌برداری از فرصت‌ها:

این راهبردها بر پایه توانمندی‌های درونی استان برای بهره‌مندی از شرایط بیرونی مطلوب بنا شده‌اند:

راهبرد توسعه صنایع فرآوری و بسته‌بندی با استفاده از زیرساخت‌های بندری: با توجه به وجود بنادر تجاری و صیادی و زیرساخت‌های لازم (نقطه قوت ۱) و فرصت ایجاد مشاغل جدید و پایدار در زمینه فرآوری و بسته‌بندی محصولات شیلاتی (فرصت ۱)، باید توسعه صنایع پایین‌دستی شیلاتی را در دستور کار قرار داد تا ارزش‌افزوده بیشتری تولید شده و اشتغال پایدار ایجاد گردد.

راهبرد توسعه گردشگری دریایی اسلامی- ایرانی: با بهره‌گیری از سابقه تاریخی و فرهنگی بوشهر و استقبال اجتماعی از فعالیت‌های دریایی (نقطه قوت ۵) و همچنین وجود مرز دریایی طولانی (نقطه قوت ۲)، می‌توان با رعایت مسائل گردشگری اسلامی (فرصت ۲)، مناطق گردشگری بین‌المللی ایجاد کرد و از ظرفیت‌های تاریخی و فرهنگی برای جذب گردشگر استفاده نمود.

راهبرد نوآوری و توسعه فناوری‌های نوین دریایی با اتکا به پژوهشگاه‌ها: وجود پژوهشگاه‌هایی مانند مرکز اقیانوس‌شناسی و رشته‌های دانشگاهی مرتبط (نقطه قوت ۹) بستر مناسبی برای توسعه فناوری‌های نوین در پرورش آبزیان و انرژی‌های تجدیدپذیر (فرصت ۴) فراهم می‌کند. باید ارتباط صنعت و دانشگاه را تقویت کرد تا نوآوری در صنایع دریایی افزایش یابد.

راهبرد تقویت دیپلماسی اقتصادی و صادرات با استفاده از موقعیت ژئوپلیتیک: همسایگی با ۷ کشور منطقه (نقطه قوت ۷) و ایجاد منافع مشترک با کشورهای اسلامی (فرصت

---

[۱]- Strength- Opportunity

۵) نشان‌دهنده پتانسیل بالای صادرات است. با استفاده از بنادر تجاری و منطقه آزاد، می‌توان صادرات محصولات کشاورزی و شیلاتی صادرات‌محور (نقطه قوت ۱۲) را به کشورهای همسایه گسترش داد.

راهبرد استفاده از ظرفیت نیروگاه اتمی برای توسعه صنایع خاص: وجود نیروگاه اتمی بوشهر (نقطه قوت ۸) در کنار فرصت توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر و صنایع نوین (فرصت ۴)، می‌تواند مبنای توسعه صنایع پیشرفته و آب‌شیرین‌کن‌ها قرار گیرد که نیازمند انرژی پایدار و موقعیت ساحلی هستند.

۲-۲-۵- راهبردهای WO [۱] (حداقل-حداکثر)؛ بهره‌گیری از فرصت‌ها برای رفع نقاط ضعف:

این راهبردها بر استفاده از شرایط بیرونی مطلوب برای پوشش‌دادن ضعف‌های داخلی تمرکز دارند:

راهبرد جذب سرمایه و آموزش برای رفع کمبود نیروی متخصص: با استفاده از فرصت ایجاد مشاغل جدید (فرصت ۱) و سیاست‌های حمایتی دولت و اقتصاد مقاومتی (فرصت ۷)، باید دوره‌های آموزشی تخصصی برگزار کرد تا مشکل کمبود نیروهای متخصص بومی (ضعف ۶ و ۸) را برطرف کرده و از خروج ارزش‌افزوده به کشورهای همسایه جلوگیری نمود.

راهبرد توسعه زیرساخت‌های لجستیکی و حمل‌ونقل ترکیبی: با توجه به نبود حمل‌ونقل ریلی و ضعف زیرساخت‌های لجستیکی مانند کانتینرهای یخچالی (ضعف ۲ و ۹)، باید از فرصت قوانین مزیت‌دار مبادلات مرزی و توجه سیاست‌های ابلاغی به ترانزیت (فرصت ۷ و ۱۰) استفاده کرد تا با جذب سرمایه‌گذاری، ناوگان دریایی نوسازی شده و حمل‌ونقل ترکیبی توسعه یابد.

راهبرد تکمیل زنجیره ارزش برای مقابله با خام‌فروشی: فرصت توسعه صنعت شیلات

---

[۱]- Weakness- Opportunity

به‌عنوان صنعت اشتغال‌زا (فرصت ۳) باید به‌عنوان ابزاری برای رفع مشکل عدم تکمیل زنجیره‌های ارزش و خام‌فروشی (ضعف ۱۱) مورد استفاده قرار گیرد. ایجاد صنایع تبدیلی و تکمیلی می‌تواند این نقیصه را جبران کند.

راهبرد گفتمان‌سازی و فرهنگ‌سازی عمومی: با استفاده از فرصت توسعه گردشگری و ایجاد منافع مشترک منطقه‌ای (فرصت ۲ و ۵)، باید برای رفع مشکل عدم گفتمان‌سازی توسعه دریا محور و تهدیدات فرهنگی (ضعف ۴ و ۱۰) اقدام کرد تا مردم محلی با توسعه پروژه‌ها همراهی کرده و اعتماد متقابل شکل بگیرد.

۳-۲-۵- راهبردهای ST [۱] (حداکثر - حداقل)؛ استفاده از نقاط قوت برای کاهش تهدیدها:

این راهبردها بر آن هستند تا با استفاده از توانمندی‌های داخلی، خطرات بیرونی را به حداقل برسانند:

راهبرد حفاظت از محیط‌زیست با استفاده از پژوهش و فناوری: برای مقابله با تهدید تخریب محیط‌زیست و آلودگی‌های ناشی از صنایع (تهدید ۱)، باید از وجود پژوهشگاه‌های اقیانوس‌شناسی و نیروگاه اتمی (نقاط قوت ۸ و ۹) برای نظارت بر محیط‌زیست و توسعه فناوری‌های پاک و مدیریت پساب استفاده کرد.

راهبرد مقابله با رقبای منطقه‌ای و تحریم‌ها با اتکا به تولید داخلی: با توجه به وجود منابع غنی دریایی و معادن دست‌نخورده (نقاط قوت ۴ و ۱۱) و زیرساخت‌های منطقه آزاد، می‌توان با تهدید رقابت با کشورهای جنوب خلیج‌فارس و تحریم‌های اقتصادی (تهدید ۳ و ۱۲) مقابله کرد. افزایش تولید محصولات شیلاتی و خودکفایی می‌تواند وابستگی را کاهش دهد.

راهبرد مدیریت یکپارچه با استفاده از ظرفیت‌های قانونی و اجرایی: برای حل مشکل تعدد کارگروه‌ها و فقدان مدیریت یکپارچه (تهدید ۴)، می‌توان از وجود زیرساخت‌های

---

[۱]- Strength-Threats

عمده تولید و منطقه آزاد (نقطه قوت ۳) به‌عنوان مدل‌های مدیریت موفق استفاده کرد و با هماهنگی دستگاه‌ها، از چالش‌های ساختاری کاست.

راهبرد توسعه گردشگری پاک برای مقابله با آسیب‌های اجتماعی: با تکیه بر فرهنگ بومی و میل اجتماعی به فعالیت‌های دریایی (نقطه قوت ۵)، می‌توان با تهدید تبدیل‌شدن مراکز گردشگری به مراکز فساد اخلاقی (تهدید

۲) مقابله کرد. گردشگری باید بر اساس فرهنگ اسلامی- ایرانی و با نظارت دقیق برنامه‌ریزی شود.

٤-۲-۵- راهبردهای WT[1] (حداقل- حداقل)؛ راهبردهای تدافعی برای کاهش نقاط ضعف و پرهیز از تهدیدها:

این راهبردها بر کاهش آسیب‌پذیری در برابر ریسک‌های خارجی و ضعف‌های داخلی متمرکز هستند:

راهبرد حفظ ذخایر دریایی و جلوگیری از صید بی‌رویه: با توجه به ضعف در ناوگان دریایی و سنتی‌بودن فعالیت‌ها (ضعف ۷) و تهدید صید بی‌رویه و تخریب ذخایر (تهدید ۶)، باید قوانین سخت‌گیرانه‌ای برای صید اعمال کرد و با نوسازی ناوگان و آموزش صیادان، از تخریب منابع جلوگیری نمود.

راهبرد بهبود زیرساخت‌های حیاتی برای مقابله با بحران‌های محیط‌زیستی: کمبود زیرساخت‌های انرژی و آب (ضعف ۱) در کنار تهدید تغییرات اقلیمی و افزایش غلظت دریا (تهدید ۱)، خطرات جدی ایجاد می‌کند. باید مدیریت مصرف آب و انرژی را در اولویت قرار داد و زیرساخت‌های مقاومی در برابر تغییرات اقلیمی ایجاد نمود.

راهبرد ساده‌سازی قوانین و جذب سرمایه برای برون‌رفت از رکود: طولانی‌بودن مراحل ورود به فعالیت‌ها (ضعف ۱۳) و موانع مالی و تحریم‌ها (تهدید ۳) مانع توسعه هستند. باید

---

[1]- Weakness- Threats

با اصلاح قوانین، ایجاد یکپارچگی در نهادها و ارائه تسهیلات از طریق قوانین حمایت از سرمایه‌گذاری بومی، این موانع را کاهش داد.

راهبرد توانمندسازی جوامع محلی برای جلوگیری از مهاجرت و نارضایتی: برای مقابله با تهدید عدم همراهی مردم محلی (تهدید ۷) و ضعف فرهنگ دریایی (ضعف ۸)، باید با آموزش و ایجاد مشاغل درآمدزا، اعتماد مردم را جلب کرد و از مهاجرت نخبگان و نیروی کار جلوگیری به عمل آورد.

٦- نتیجه‌گیری و ارائه راهکارها

این پژوهش با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه دریا محور در استان بوشهر با استفاده از تکنیک تحلیل **SWOT** انجام پذیرفت. یافته‌های حاصل از نظرات کارشناسان نشان می‌دهد که اگرچه استان بوشهر از ظرفیت‌های بی‌نظیر جغرافیایی و زیرساختی برخوردار است، اما موانع ساختاری و محیط‌زیستی جدی، مسیر توسعه را ناهموار کرده‌اند.

بر اساس نتایج این مطالعه، وجود بنادر تجاری و صیادی، طولانی‌بودن مرز دریایی و تصویب زیرساخت‌های عمده تولید، به‌عنوان مهم‌ترین ارکان قدرت استان شناخته شدند. این در حالی است که کمبود زیرساخت‌های انرژی و آب، نبود حمل‌ونقل ریلی و مشکلات زیست‌محیطی، چالش‌های اصلی پیش روی مدیران هستند. از سوی دیگر، اشتغال‌زایی در فرآوری محصولات شیلاتی و گردشگری اسلامی فرصت‌های طلایی محسوب می‌شوند که در برابر تهدیدهای جدی نظیر تخریب محیط‌زیست، آسیب‌های اجتماعی و نوسانات اقتصادی و تحریم قرار دارند.

برای دستیابی به توسعه پایدار دریا محور و با توجه به ترکیب یافته‌های فوق، راهکارهای عملیاتی زیر به سیاست‌گذاران و مدیران استان بوشهر پیشنهاد می‌شود:

۱. با توجه به اینکه نبود حمل‌ونقل ریلی، دومین نقطه ضعف استان است، اولویت اول مدیران باید تسریع در اتصال شبکه ریلی استان به سراسر کشور و تکمیل خط آهن بوشهر- اصفهان باشد. این امر هزینه حمل‌ونقل را کاهش و قدرت رقابت بنادر استان را افزایش می‌دهد.

۲. برای رفع مهم‌ترین نقطه ضعف (کمبود زیرساخت)، باید سرمایه‌گذاری در تأسیسات آب‌شیرین‌کن‌های پیشرفته و نیروگاه‌های تجدیدپذیر (با استفاده از پتانسیل باد و خورشید در

منطقه) با اولویت بالا دنبال شود تا نیاز صنایع شیلاتی و پتروشیمی تأمین گردد.

۳. با بهره‌گیری از نقاط قوت موجود (بنادر و منابع غنی) و فرصت اشتغال‌زایی، باید از خام‌فروشی جلوگیری شود. ایجاد شهرک‌های صنعتی تخصصی فرآوری و بسته‌بندی محصولات شیلاتی و دریایی در مجاورت بنادر، ارزش‌افزوده بالایی ایجاد نموده و مشکل بیکاری را حل می‌کند.

٤. با توجه به تصویب زیرساخت‌های عمده تولید، باید مزیت‌های منطقه آزاد بوشهر برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی در حوزه‌های کشتی‌سازی و صنایع دریایی به کار گرفته شود تا در برابر تحریم‌ها مقاومت ایجاد گردد.

۵. راهکارهای عملیاتی در حوزه محیط‌زیست (مقابله با تهدیدها):

مدیریت اکوسیستم و پایش زیست‌محیطی: با توجه به اینکه تخریب محیط‌زیست، مهم‌ترین تهدید است، ایجاد سیستم پایش آنلاین برای رصد آلودگی‌های ناشی از صنایع و آب‌شیرین‌کن‌ها ضروری است. همچنین باید قوانین سخت‌گیرانه‌ای برای جلوگیری از تخلیه فاضلاب‌های صنعتی و کشاورزی به خلیج‌فارس وضع و اجرا شود.

توسعه «آبی‌فرهنگی» پایدار: برای مقابله با صید بی‌رویه، باید با همکاری پژوهشگاه‌های اقیانوس‌شناسی موجود در استان، دوره‌های بازآموزی برای صیادان برگزار شده و به صید پایدار و مکانیزه روی آورده شود.

٦. راهکارهای عملیاتی در حوزه فرهنگ و گردشگری (تقویت نقاط قوت اجتماعی):

توسعه گردشگری اسلامی- ایرانی: با توجه به فرصت ایجاد گردشگری بین‌المللی و تهدید آسیب‌های اجتماعی، باید طرح‌های گردشگری با رویکرد «گردشگری خانواده‌محور[۱]» و «مقصد

---

[۱]- Family-oriented Tourism

اسلامی[۱]» طراحی شوند. ایجاد مجتمع‌های رفاهی استاندارد در سواحل و نظارت دقیق بر فعالیت‌های تفریحی می‌تواند از تبدیل‌شدن سواحل به مراکز فساد جلوگیری کند.

گفتمان‌سازی عمومی: برای رفع ضعف فرهنگی و جلب مشارکت مردم، باید با استفاده از رسانه‌های محلی، مزایای اقتصادی توسعه دریا محور را برای جوامع بومی تبیین کرد تا اعتماد متقابل بین مردم و دولت و بخش خصوصی برای اجرای پروژه‌ها شکل بگیرد.

۷. راهکارهای عملیاتی در حوزه مدیریت و حاکمیت:

مدیریت یکپارچه سواحل: برای حل مشکل تعدد کارگروه‌ها و نبود مدیریت یکپارچه، پیشنهاد می‌شود یک «ستاد

فرماندهی اقتصاد دریا محور» با اختیارات کامل در سطح استان تشکیل شود تا تمامی دستگاه‌های اجرایی (استانداری، سازمان بنادر، محیط‌زیست، شیلات و ...) را زیر یک چتر مدیریتی هماهنگ کند.

جذب سرمایه‌گذاری با ریسک‌پذیری مشترک: برای خنثی‌سازی تهدید تحریم‌ها و کمبود بودجه، باید از ابزارهای مالی نوین مانند اوراق اسلامی (صکوک) و جذب سرمایه‌گذاری‌های مردمی در قالب تعاونی‌های مرزنشینان استفاده شود.

---

[۱]- Islamic Destination

منابع

۱. تقوایی زحمت‌کش، شیوا. (۱۳۹۵). *جغرافیای تاریخی بندر بوشهر* . **پژوهش در تاریخ** . ۷ (۱۲): ۳۷-۵۴.

۲. سبحانیان، محمدهادی؛ دسینه، مهدی؛ نجاتی، مهدی؛ بلاغی اینالو، یاسر. (۱۴۰۲). *اقتصاد دریا محور؛ تولید، اشتغال و صادرات: رویکرد تعادل عمومی قابل‌محاسبه‌ی چند منطقه‌ای*. **اقیانوس‌شناسی**. ۱۴(۵۶): ۳۱ - ۴۶.

۳. قلی‌پور مقدم، فرید؛ اسماعیلی، رضا؛ هادی پیکانی، مهربان. (۱۴۰۱). *مؤلفه‌های راهبردی مؤثر بر پایداری اجتماعی- فرهنگی سواحل مکران با رویکرد توسعه دریا محور*. **آموزش علوم دریایی**. ۹(۲): ۷۵-۹۵.

۴. کریمی‌پور، یداله؛ محمدی، حمیدرضا؛ عزیززاده طسوج، محسن؛ سلیم‌نژاد، ندیمه. (۱۳۹۵). *تفاوت‌های راهبردی سواحل ایران*. **فصلنامه بین المللی ژئوپلیتیک**. ۱۲(۴۱): ۱-۲۳.

۵. محرابی، علیرضا؛ قامتی مجرد، کبری. (۱۴۰۰). *تبیین مزایای نسبی حضور ایران در ژئواکونومی دریایی نظام بین‌الملل با تأکید بر خلیج فارس (مطالعه موردی استان بوشهر)*. **مطالعات جغرافیا، عمران و مدیریت شهری**. ۷(۳): ۱-۲۴.

۶. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. (۱۳۹۴). *بررسی قابلیت های منطقه‌ای مبتنی بر اقتصاد دریا محور*. تهران. **دفتر مطالعات زیربنایی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی**.

۷. مقیمی، م. (۱۴۰۱). **۹ چالش زیست‌محیطی استان بوشهر**. بازیابی‌شده از **اداره کل حفاظت محیط‌زیست استان بوشهر**.

۸. Akomolafe, D; Akande, S; Yerokun, O. (۲۰۲۲). *Challenges and Prospects of the Deployment of Blue Economy in the Coastal Areas of Ondo State*. **Journal of Production, Operations Management and Economics**. ۲(۳): ۹-۲٤.

۹. Bethel, B; Buravleva, Y; Tang, D. (۲۰۲۱). *Blue Economy and Blue Activities: Opportunities, Challenges, and Recommendations for The Bahamas*. **Researchgate**. ۱۳(۱۰): ۱-۱٥.

۱۰. Islam, M; Rahaman, M; Ahmed, Z. (۲۰۱۸). *Blue Economy of Bangladesh: Opportunities and Challenges for Sustainable Development*. **Advances in Social Sciences Research**. ٥(۸): ۱٦۸-۱۷۸.

۱۱. Onguglo, B; Roberts, J; Razzaque, M. (۲۰۱٤). *The Oceans Economy: Opportunities and Challenges for Small Island Developing States*. **United Nations Confernce On Trade And Development.** (pp. ۱-۳۲). New York and Geneva: United Nations.

۱۲. World Bank. (۲۰۱۷, june ٦). **The World Bank**. Retrieved from:*" What is the Blue Economy?"*

Abstracts

Quarterly Journal of Development Strategy, ۲۰۲٦, Vol. ۲۲, No۲ (۸٦), ٦۹۱-۷۲۸

Exploring the Factors Influencing Entrepreneurship and Innovation in Rural Life: A Qualitative Study

Raziyeh Khosravani[۱]
Mansour Vosooghi[۲]
Ali Baghaei Sarabi[۳]
Meysam Musai[٤]

Abstract

This study aimed to identify the factors influencing entrepreneurship and innovation in rural life. The research employed a qualitative methodology with a phenomenological approach. The target population included all rural innovators and entrepreneurs, and theoretical saturation was achieved after conducting in-depth interviews with ۱۹ participants selected through purposive sampling. Data collection was carried out using semi-structured interviews, and the analysis was conducted based on Giorgio's (۲۰۰۹) descriptive phenomenological method. The results revealed that the dynamic interplay of individual and psychological, social and cultural, policy-related, economic and financial, environmental, infrastructural and technological, as well as educational and promotional factors is key to the development of entrepreneurship and innovation in rural life. Within this framework, the success of rural entrepreneurs depends not only on personal traits such as creativity and motivation but also on local community acceptance, access to financial resources, appropriate technologies, practical training, and supportive government policies—all of which act as either facilitators or barriers. In other words, integrating the internal capacities of rural communities with external resources (such as infrastructure, markets,

[۱] - Ph-D- student in Sociology of Economics and Development, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
[۲] - Professor of Sociology, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. vosooghi_mn@yahoo-com
[۳] - Assistant Professor of Sociology, Department of Sociology, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
[٤] - Professor of Social Planning and Development, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.

and legal incentives) can create a sustainable ecosystem for rural innovation and entrepreneurship. Conversely, the absence of any of these components can pose a significant obstacle to development. Based on the findings, it is recommended that integrated centers be established in rural areas through collaboration among government agencies, local institutions, and the private sector to holistically address all dimensions influencing entrepreneurship. These centers could provide combined services, including: technical and entrepreneurial skills training (educational factor),psychological counseling and social support,facilitating access to financial resources and technology,linking producers with markets and research centers.

Keywords: Entrepreneurship, Innovation, Rural areas.

Identification and strategic analysis of the components of the effective competition model in Iran's banking industry

Mohammad Javad Mohagheghnia[۱]
Banafsheh Farhangzadeh[۲]
Vajhollah Ghorbanizadeh[۳]
Moslem Peymani[٤]

Abstract

The purpose of this research is to identify and analyze the components of the effective competition model in the banking industry of Iran. In terms of the purpose, the current research is of the type of applied and developmental studies, and in terms of the approach, it is among the qualitative researches, which was carried out using thematic analysis and fuzzy Delphi methods. The statistical population of the research in both qualitative and quantitative parts, knowledgeable experts included academic and organizational experts who had executive and professional experience (۱۰ years or more in the banking field) and specialized knowledge (faculty members or PhD in financial management). In the qualitative part and the first step of the research, information was collected in the form of documents from previous researches and field interviews, in which a semi-structured interview was conducted with financial-banking experts. In this section, ۲۵ experts were selected using purposeful and snowball sampling, and data analysis was used in the qualitative section using thematic analysis coding and Atlas T۸ software. The quantitative part of the research was carried out in order to verify and

[۱]- Associate Professor, Finance and Banking Department, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabatabaei University- Tehran-Iran

[۲]- PhD in Finance and Banking, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabatabaei University- Tehran-Iran

[۳]- Professor-Govermental Department, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabatabaei University- Tehran-Iran

[۴] -Associate Professor, Finance and Banking Department, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabatabaei University- Tehran-Iran

screen the topics extracted from the qualitative stage using the two-stage fuzzy technique in Excel software. In a small part of the comments, ١٥ experts were selected from the experts of the previous stage who were selected using targeted sampling. The results showed that effective competition in Iran's banking industry means the effective performance of the central bank and banks, which are influenced by financial, legal, economic, structural, environmental, social, political and managerial factors, and the consequences of its implementation on the performance of banks and the economic environment. Is. In addition, the central bank, the government and banks should take measures to achieve the desired state of competition in the country.

Keywords: effective competition, Iranian banking, bank performance, economic environment.

Modeling Return Spillovers among Dollar, Gold, Euro, and Sectoral Indices of the Tehran Stock Exchange: A GARCH Family Approach

Rahim Novin[۱]
Roya Alomran[۲]
Seyedali Paytakhti Oskoii[۳]

Abstract
In an economic environment marked by high political and financial uncertainty, optimal portfolio allocation requires a thorough understanding of return relationships and correlations among assets to minimize investment risk. In Iran, due to persistent domestic financial volatility and structural challenges, this issue is of even greater importance. This study aims to model return spillovers among gold, the US dollar, the euro, and selected group indices of the Tehran Stock Exchange (including automotive, banking, and chemical sectors) over the daily period from August ۲٦, ۲۰۱۸, to March ۱۵, ۲۰۲۲. For this purpose, using the Box–Jenkins approach, appropriate univariate models for each variable were first identified and selected based on information criteria. Subsequently, using the GARCH family of models (including GARCH and EGARCH with various orders), the cross-return spillover effects were estimated. The results of the selected models—EGARCH(۱,۲) for the banking index, EGARCH(۱,۱) for the chemical index, GARCH(۱,۲) for gold, GARCH(۲,۲) for the euro, and AR(۲) for the dollar—indicate that the magnitude and direction of spillovers differ across assets, revealing a complex pattern of positive and negative relationships among currency, gold, and stock markets. These findings can assist investors and policymakers in developing diversification strategies and risk management frameworks.
Keywords: Return spillover, Group indices, Tehran Stock Exchange, Gold, Dollar, Euro, GARCH family.

[۱]- Department of Economics, Ta.C., Islamic Azad University, Tabriz, Iran.
[۲]-Department of Economics, Ta.C., Islamic Azad University, Tabriz, Iran.
Roya.aleemran@iau.ac.ir
[۳] Department of Economics, Ta.C., Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

Designing a model for the applicability of blockchain technology in virtual businesses

Navid rezagholizadeh [١]
Mehdi Afzali[٢]
Azadeh pourkabirian [٣]

Abstract

In recent years, research on blockchain technology and its applications in various fields has developed, and the results have led to the creation of diverse and scattered knowledge in this field. The goal of this study is to design a model for the use of blockchain technology in virtual businesses. The present study was conducted in two stages with a qualitative and quantitative approach. Thus, in the first stage, the qualitative part was conducted using the data-driven method. In the qualitative section, sampling was carried out using a purposeful snowball method, which included ١٢ academic experts.

Data were collected through semi-structured interviews and document review and analyzed based on Strauss and Corbin's systematic approach (open, axial, and selective coding). The extracted model shows that, according to the research process, four factors: technological, economic and market, institutional and political, complementary, and uncertain, are the basis for the use of blockchain technology in virtual businesses. And for its successful implementation, strategies of transparency and trust building, digital ownership and tokenization, intelligence and automation, collaborative economy, and decentralized governance must be used. In addition, laws and regulations, technological advances, public culture and social acceptance, and competitive pressure and industry evolution are among the background conditions that facilitate the process. And access to various resources and macro and structural

[١]- Ph.D. Student of Information Technology Management, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran

٢- Assistant Professor, Department of computer, Zanjan Branch, Islamic Azad university, Zanjan, Iran. Corresponding Author, afzali@iauz.ac.ir

[٣] - Assistant Professor, Department of computer, Qazvin Branch, Islamic Azad university, Qazvin, Iran.

problems are among the intervening conditions that interfere with the process. Ultimately, the implications of using blockchain technology in virtual businesses include the areas of registration, identity, smart contracts, payment infrastructure, and hybrid applications. In the second stage, the quantitative part of the research was conducted using the structural equation modeling method. In the second stage, the quantitative part of the research was conducted using the structural equation modeling method. In this section, ۲۱۷ blockchain technology activists in virtual businesses in Tehran were selected as a statistical sample using the Cochran formula. In order to validate the research model, a researcher-made questionnaire was distributed among the statistical sample, and the reliability and validity of the questionnaire were examined and confirmed. Finally, using SMART.PLS software and structural equation modeling, the validity of the extracted research model was tested and confirmed.

Keywords: Blockchain technology, Virtual Businesses, Data-Driven Approach, Strauss and Corbin model, Structural Equation Modeling.

Estimating the Indicators and Components of Globalization on Iran's Economic Growth

Samad Mostafavi[١]

Amir Ali Farhang[٢]

Ebrahim Abdi[٣]

Abstract

Globalization is a complex process that transcends national borders, bringing together national economies, cultures, technologies, and thus economic, social, and political dimensions that increase interdependence between countries. This research aims to The assessment of short-term, medium-term and long-term effects using the globalization index and its components (economic, social and political globalization indices) examines the impact of globalization on Iran's economic growth in the period from ١٩٧٩ to ٢٠٢١.

The wavelet method is used to analyze the data. Wavelet transform is a very effective tool for dealing with time series (signals) that have unknown properties. The coefficients extracted from the wavelets show a part of the time series in different scales.

Through the process of analyzing the results obtained from the examination of the findings of the time series of the globalization and economic growth index, it is clear that, first, there is a relatively high dependence at high frequencies during the middle period of the study period between these two indices and The two indicators are in the same phase and economic growth is the cause of increasing globalization and economic growth is the leading indicator. Also, in the medium term until the year ٢٠٠٠, economic growth had an out-of-phase effect on globalization, and with the decrease in frequency (increasing the length of the investment period)) the degree of dependence between these two indicators has been greatly increased

[١]- Department of Economics, Payame Noor University(PNU),Tehran, Iran

[٢]- Department of Economics, Payame Noor University(PNU),Tehran, Iran(Corresponding author) -s_farhang@pnu.ac.ir

[٣]- Department of Economics, Payame Noor University(PNU),Tehran, Iran.

and globalization as a leading indicator has increased the economic growth of Iran.
In the short term, the effect of the advance of economic growth and in the long term the effect of the advance of globalization is clear.

Key words: KOF Globalization Index, Globalization, Economic Growth, Wavelet, Iran.

A Socio-Cultural Analysis of ISIS's Violent Behaviors in Contrast with Islamic Jurisprudence and International Law

Ali jahani baygoot [۱]
Ali Purmanuchehri [۲]
Reza Ehsanpour [۳]

Abstract
This research investigates the socio-cultural underpinnings of ISIS's violent behaviors, including massacres, genocide, destruction of cultural heritage, and enslavement, from the perspectives of Islamic jurisprudence, international law, and Iranian domestic law. Utilizing a qualitative descriptive-analytical method and content analysis of documents (۲۰۲۰-۲۰۲۵), the findings reveal that ISIS's actions contradict fundamental principles of Islamic jurisprudence (both Shia and Sunni), such as the principle of non-harm (*la zarar*) and human dignity, stemming from literalist interpretations of religious texts. Under international law, these actions constitute crimes against humanity, war crimes, and genocide (Articles ٦-٨ of the Rome Statute), violating the UN Charter; however, jurisdictional limitations of the International Criminal Court hinder the full pursuit of justice. In Iranian law, the charges of *moharebeh* (enmity against God), *efsad fi-al-ard* (corruption on earth), and premeditated murder (Islamic Penal Code of ۱۳۹۲) apply, but the lack of a comprehensive counter-terrorism law presents challenges. Social factors such as political instability, poverty, and a lack of proper religious education contributed to ISIS's rise. Iranian criminal courts and the International Criminal Court possess jurisdiction, yet legal and implementation gaps necessitate reforms to domestic laws and enhanced international cooperation. Reparation for material and immaterial damages is mandated under both systems, although significant implementation obstacles persist.
Keywords: ISIS, Islamic jurisprudence, international law, Iranian law, socio-cultural factors, war crimes.

[۱] - Theology Department, ct.c., Islamic Azad University, Tehran, Iran.
[۲] - Theology Department, ct.c., Islamic Azad University, Tehran, Iran
Ali.pourmanouchehri@iau.ac.ir
[۳] - Assistant Professor of Criminal Law and Criminology, Shahed University, Tehran, Iran.

Assessing Challenges and Barriers to the Development of Water-Based Tourism in Khuzestan Province: A Hierarchical Analysis (AHP) Approach by Water Resource Type (Sea, Wetland, River, and Dam)

Morteza Moradi[۱]
Hamid Asayesh[۲]
Mehdi Kamali[۳]
Mehdi zahedgharavi[٤]

Abstract

This study investigates the challenges and barriers hindering the development of water-based tourism in Khuzestan Province, Iran, with a disaggregated analysis of four key aquatic resources: the Persian Gulf, wetlands (Hoor al-Azim and Shadegan), rivers (Karun and Karkheh), and major dams. Despite possessing exceptional natural potential—characterized by extensive coastal ecosystems, biodiverse wetlands, perennial river systems, and large-scale reservoirs—Khuzestan faces significant constraints that impede the growth of its water-based tourism sector. Through a structured framework, challenges were categorized into five dimensions: environmental, economic, infrastructural, socio-cultural, and legal. Key impediments include water pollution from industrial and agricultural effluents, progressive desiccation of wetlands, inadequate infrastructure (e.g., lack of modern piers, access roads, and visitor facilities), resistance from local communities, and complex regulatory frameworks governing water resource ownership and usage.

To prioritize these challenges, the Analytic Hierarchy Process (AHP) methodology was employed, utilizing pairwise comparison questionnaires completed by ۸۸۲ tourism experts and stakeholders. The results indicate that economic challenges—notably insufficient

[۱] -Department of Economics, Al.C., Islamic Azad University, Aligudarz, Iran.

[۲] -Department of Economics, Ayatollah Boroujerdi University: hamid.asayesh@abru.ac.ir

[۳] -Department of Economics, Qe.C., Islamic Azad University, Qeshm, Iran.

[۴] -Department of Economics, Ayatollah Boroujerdi University.

investment and financial instability—and environmental challenges—particularly water pollution and biodiversity loss—are the most critical barriers across all four water resource domains.
Based on empirical findings, this study proposes a multi-dimensional policy agenda: (۱) implementation of integrated water resource management (IWRM); (۲) incentivizing private-sector investment through public-private partnerships; (۳) large-scale remediation of pollution sources; (٤) community education and capacity-building programs; (٥) digital marketing and branding initiatives to promote Khuzestan as an eco-tourism destination; and (٦) legislative reforms to clarify property rights and streamline regulatory approvals. These interventions are expected to transform Khuzestan into Iran's premier water-based tourism hub, generate up to ۷,٥۰۰ direct employment opportunities, enhance regional economic resilience, and contribute meaningfully to the objectives of Iran's Seventh National Development Plan, particularly in promoting sustainable development and ecological conservation.

Keywords: Water-based tourism; Khuzestan Province; Analytic Hierarchy Process (AHP); Environmental challenges; Economic barriers; Infrastructural constraints .

Development of Business Internationalization, Commercial and Financial Risk, and Capital Structure Reversibility

Hosna Jahangasht[۱]

Ali Khozein[۲]

Mansour Garkaz[۳]

Hosein Aryaeinezhad[۴]

Abstract

This study examines how the process of business internationalization affects financial and commercial risk and the reversibility of capital structure. Internationalization, which includes activities such as exporting, importing, financing, foreign investment, and participation in global value chains, can significantly change the financial and operational landscape. The present study is applied in terms of purpose and descriptive and correlational in terms of data collection method. Data were collected by questionnaire from a sample of ٤۰۰ financial managers and senior accountants of Iranian companies in ۲۰۲٥. The findings of the study showed that business internationalization increases commercial risk and the speed of capital structure reversibility and has a reducing effect on financial risk. Financial risk also reduces the reversibility of capital structure. Entering global markets can lead to different effects on risk. Companies that successfully develop internationally gain greater flexibility by diversifying their income sources and markets, reducing their financial risk and increasing the speed of capital structure reversibility, although environmental and political changes will have a greater impact on increasing their commercial risk.

۱ - Department of accounting, Go.C., Islamic Azad University, Gorgan.

۲ - Department of Accounting, Ali.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

khozein@iau.ac.ir (Corresponding Author)

۳ - Department of accounting, Go.C., Islamic Azad University, Gorgan.

۴ - Department of accounting, Go.C., Islamic Azad University, Gorgan.

Success in this field depends heavily on development strategies, risk management, the ability to absorb external shocks, the speed of response to market changes, and effective access to financial and human resources. While internationalization has the potential to increase risk, if properly managed, it can lead to significant improvements in financial flexibility and capital structure resilience.

Keywords: Business, Capital Structure, Internationalization, Reversibility, Risk.

Investigating the relationship between artificial intelligence and unemployment in selected Middle Eastern countries

Mahboobeh Delfan[۱]

Abstract

The tremendous expansion and development of artificial intelligence-related technologies in today's world has had an impact on all economic sectors. Among the issues that economic experts raise regarding artificial intelligence-related technologies is their impact on the labor market and unemployment levels.

The present study tried to investigate the effect of the development of artificial intelligence technologies on unemployment in ۹ selected Middle Eastern countries, including Iran, Turkey, and the United Arab Emirates, by considering the limitations related to the study of the effect of artificial intelligence technologies on unemployment in developing countries. , Saudi Arabia, Jordan, Kuwait, Pakistan, Egypt and Occupied Palestine in the period ۲۰۰۹-۲۰۲۲.

The patent variable has been used to represent the development of artificial intelligence in selected countries.

To achieve the above goal, the present study tried to examine the relationship between artificial intelligence and unemployment by using patent data in the OECD database and using the literature of the econometric model of panel data. The results obtained from the presented experimental model do not provide evidence to confirm the positive effect of artificial intelligence promotion on unemployment in the studied countries. The results show that there is no significant effect of artificial intelligence on unemployment.

Keywords: Artificial Intelligence, Labor Unemployment, panel Data.

[۱] - Assistant Professor, Department of Economics, Faculty of Management and Economics, Lorestan University, Khorramabad, Iran. delfan.M@lu.ac.ir

Developing Strategies for Enhancing Spatial Justice in Urban Neighborhoods Based on Walkability Analysis (District ۲- Tehran Metropolitan Area)

Sayedeh Alemohammad[۱]
Lobat Zebardast[۲]
Hossein Khosravi[۳]
Faezeh Agha-Alikhani[٤]

Abstract

The inequitable distribution of factors influencing walkability in urban neighborhoods has created significant disparities in access to urban opportunities and diminished quality of life. This research examines spatial injustice through walkability assessment and develops improvement strategies for neighborhoods in District ۲ of Tehran Metropolitan Area. The methodology integrates spatial analysis techniques including Kernel Density Estimation (assessing population distribution and intersection density), Focal Statistics (measuring green space accessibility), and Network Analysis based on Service Areas (evaluating access to urban services and public transportation through actual street networks). The analytical framework employed pairwise comparisons and expert consultation for criteria weighting, with spatial layers integrated through Weighted Linear Combination. Findings demonstrate distinct spatial patterns, with southern and western neighborhoods (Teymouri, Sadeghiyeh, Taresht) exhibiting superior walkability due to denser street networks and better service accessibility. Conversely, northern and eastern sectors (Sa'adat Abad, Faraz, Ivank) show significant walkability deficits. This spatial stratification reinforces automobile dependency and compromises urban livability in disadvantaged areas. Strategic interventions prioritize neighborhoods with high population density and poor walkability scores (including Tohid,

[۱]- Assistant Professor, PhD, University of Tehran (Corresponding Authors), Sh.alemohammad@ut.ac.ir
[۲]- Associate Professor, PhD, University of Tehran
[۳]- Assistant Professor, PhD, Art University.
[٤]- Master's Student, University of Tehran.

Daryan No, and Sa'adat Abad), emphasizing enhanced service distribution, public transportation access, green space development, and street network connectivity. The study establishes walkability enhancement as crucial for achieving spatial justice and sustainable urban development.

Keywords: Walkability, Spatial Justice, Kernel Density, Focal Statistics, Network Analysis, Service Areas.

A Demographic Examination of Abortion Resulting from Honor Killings in Khuzestan Province

Mohammad Nabhan [۱]
Nader Motie Haghshenas [۲]

Abstract

The aim of this study is to examine, from a demographic perspective, abortion resulting from honor killings in Khuzestan Province. This qualitative study was conducted using thematic analysis and inductive reasoning. Data were collected through semi-structured interviews, observation, and documentary research focused on this field. The sample consisted of ۲۳ participants who were selected through fully purposive sampling, taking into account the ethnic diversity present in Khuzestan Province, including Arabs, Bakhtiaris, Shushtaris, Dezfulis, and Behbahanis. The researchers employed key social theories, including Erving Goffman's dramaturgical theory, Gerhard Falk's and Howard Becker's theories of stigma and social deviance, as well as Link and Phelan's stigmatization model, to analyze the phenomenon. This theoretical framework contributes to a deeper analysis of why this phenomenon occurs within a traditional and tribal context. The findings indicated that abortion in this social context is not merely a medical act, but rather a complex response to structural, cultural, and tribal pressures. Abortion is often regarded as a form of "conscious killing," whereby an individual, while being aware of the laws and social conditions, undertakes abortion in order to escape disgrace, social exclusion (de-labeling), and suspicion, or even to avoid being killed (honor killing). The main themes extracted from the study are: "preserving women's health through legal reform," "structural pressure and individual freedom," and "abortion as conscious killing." The findings emphasize that abortion may constitute part of the initial motivations underlying honor killings, and that abortion after the third month of pregnancy may itself fall

[۱]- Department of Social Sciences-Sociology, SR.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran.
mohammad.nabhan@iau.ac.ir
[۲]- Assistant Professor of Demography and Faculty Member, Department of Population Economics and Human Capital, National Institute for Population Research, Iran.

within the category of honor killings. The study emphasizes the necessity of a profound reconsideration of laws and policies in order to protect women's rights and health under critical and vulnerable circumstances.

Keywords: *abortion, honor killing, stigmatization, social labeling, Khuzestan Province.*

An Investigation into the Impacts of the COVID-۱۹ Crisis on Tourism Economic Variables: A Case Study of Imamzadeh Saleh, Tehran

Mahsa Sadat Moradi Hosseinzadeh[۱]
Meysam Mousaei[۲]

Abstract

The COVID-۱۹ pandemic caused unprecedented disruption to the global tourism sector, significantly destabilizing the tourism economy. Consequently, this research aims to examine the impacts of the COVID-۱۹ crisis on the economic variables of businesses operating in the vicinity of the Imamzadeh Saleh shrine. Utilizing a survey-based methodology, data were gathered through a self-administered questionnaire. The statistical population comprises approximately ۵۰۰ owners and employees of enterprises surrounding Imamzadeh Saleh in Tajrish. A sample of ۱۱۶ participants was determined using G*Power software, with a random sampling approach applied. Hypothesis testing reveals that the businesses surrounding Imamzadeh Saleh are facing critical challenges. The study evaluates several economic indicators that underwent significant shifts during the pandemic. Structural modeling results indicate that the "number of customers/tourists" variable possesses the highest correlation with the latent construct of "local businesses," yielding a coefficient of ۰.۷۲, thereby serving as the most significant predictor. In contrast, "diversity of business activities" demonstrated the lowest correlation (۰.۳۳), exerting minimal influence on the construct's explanation. In summary, the positive factor loadings—comprising sales volume, customer/tourist count, employment levels, capital turnover, activity diversity, and profitability—denote a direct impact on the businesses. Conversely, the negative factor loadings, specifically regarding workforce reductions (layoffs) and rental expenditures, indicate an inverse relationship with the economic vitality of businesses in the Imamzadeh Saleh area.

Keywords: Business, Religious Tourism, Tourism Economics, COVID-۱۹ Crisis

[۱] - M.A. in Social Sciences, University of Tehran – Member of the Central Office of Jihad Daneshgahi (Corresponding Author: mahsa.moradi.hos@ut.ac.ir)
[۲] - Professor of Economics, University of Tehran, Tehran, Iran

Identifying and Analyzing the Dimensions of the Market Development Model Based on Inbound Marketing in Knowledge-Based Companies in Golestan Province

Mojgan Samiee[۱]
Behzad Shaharabi[۲]
Saeed Baghaei[۳]

Abstract

The aim of the present study was to identify and analyze the dimensions of the market development model based on inbound marketing. This research was conducted in a descriptive and mixed exploratory (qualitative-quantitative) manner. The participants included ۱۰ academic experts in the field of marketing who were selected using the electric bullet method. The statistical population included ۲۰۰ managers and sales experts of knowledge-based companies in Golestan Province, and the statistical sample was ۱۳۲ people based on the Krejci and Morgan table, who were selected using simple random sampling. The results showed that the dimensions of the model include (employee digital capability, digital communication management, digital-centric approach, digital trust building, privacy and security, customer digital literacy, company digital infrastructure, management commitment and support, country digital infrastructure, and digital laws and policies) which have an impact of ۰.۳۱۹, ۰.۳۱۲, ۰.۳۰۷, ۰.۳۱۰, ۰.۳۲٦, ۰.۳۰۳, ۰.۳۲٤, ۰.۳۱٥, ۰.۳۳۱, and ۰.۳۱۳ on the market development model based on inbound marketing.

Keywords: Market development, Marketing, Inbound, Knowledge-Based.

[۱] -Department of Management, AK.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.
[۲] -Department of Management, AK.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran. b.shahrabi@iau.ac.ir
[۳]- Assistant Professor, Department of Management and Accounting, East Golestan Institute of Higher Education, Gonbad Kavous, Iran

The effect of cause related marketing on consumer purchase intention (case study: DiDi mineral water)

Gholamreza Rasouli[۱]
Abolfazl Khosravi[۲]
Hajar Navidi[۳]
Negin Abbaspour[٤]

Abstract

Cause related marketing as an ethical and responsible approach in the marketing industry has gradually attracted more attention. The aim of the current research is to investigate the effect of cause related marketing on consumer purchase intention in DiDi mineral water company.

The research method of the current study is a descriptive-survey method of applied and correlational type. In order to collect the theoretical bases of information regarding the explanation of the literature of the subject of the research, the library method and document studies were used. The tool of data collection in this research was a questionnaire. The statistical population of the research is the consumers of DiDi mineral water company in Tehran, who have used the products of this company at least one month before, based on this, the size of the statistical population of the research is considered unlimited, and according to Cochran's formula, unlimited the statistical population was used to calculate the statistical sample of the research (۱۸۰ people).

Also, the random sampling method was simple. Due to the fact that the questionnaire was distributed in person and electronically and was done in several stages, only ۱۲۱ questionnaires were collected. Also, Spss۲٦ and Smart-Pls۳ software were used in this research. The results showed that cause related marketing has a positive and

۱. PhD Candidate, Department of Business Management, University of Tehran, Qom, Iran. (Corresponding Author) gh.rasouli۱۳٥۳@ut.ac.ir
۲. PhD, Department of Business Management, University of Tehran, Qom, Iran.
۳. Master of Science, Department of Business Management, University of Guilan, Rasht, Iran.
٤. Master of Science, Department of Business Management, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran.

significant effect on moral pleasure, brand attractiveness, consumer identity with the company, consumer loyalty and consumer purchase intention. Moral pleasure, brand attractiveness, consumer identity with the company and consumer loyalty has a positive and significant effect on the consumer's purchase intention, and brand attractiveness has a positive and significant relationship with the consumer's identity with the company.

Keywords: marketing, Cause related marketing, consumer purchase intention, DiDi mineral water.

Designing an Open Banking Model with a Grounded Theory Approach for Sepah Bank

Reza Amiri Nasab Ravari[١]
Parviz Saeidi[٢]
Jomadoordi Gorganli Davaji[٣]
Mohammad Amirkhan[٤]

Abstract

Open banking, as one of the key pillars of digital transformation in the banking system, can enhance the relationships of banks with customers and other stakeholders. This approach transforms banks from mere financial service providers into platforms for broad and open innovation, aiming to create transparency, innovation, and competition in the delivery of banking services. The purpose of this research is to provide an open banking model with a data-driven approach in Bank Sepah. The present study is a qualitative research based on grounded theory, conducted to identify the key factors and components for implementing open banking. The participant population included academic and banking experts in the fields of banking and economics, who were selected non-randomly and purposively using the snowball sampling method. The research community comprised academic and banking experts, ١٤ of whom were selected non-randomly and purposively using the snowball sampling method. Data were collected through semi-structured interviews and analyzed using open and axial coding methods to extract the conceptual structure of the open banking model. This research was conducted in the year ١٤٠٣, and its tool is the MAXQDA software, which was used for data analysis with qualitative and mixed methods. The findings indicated that success in implementing open banking requires coordination among

١ - Department of Finance, AK.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.
٢ - Department of Management and Accounting, AK.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran. (Corresponding Author). parviz.saeedi@iau.ac.ir
٣ - Department of Management and Accounting, AK.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.
٤ - Department of Industrial Engineering, AK.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

infrastructure and technology, management and leadership, training and personnel, experience and research, customers and market, finance and profitability, limitations and risks, and operational and managerial policies. These factors provide an operational framework for designing and implementing open banking and facilitate decision-making and strategic planning at Sepah Bank.

Keywords: Open banking, pattern design, grounded theory, Bank Sepah, qualitative analysis.

Identifying and Ranking the Indicators of managers competency based on transcendental governance (Case study: Export Development Bank of Iran)

Gholamreza Roumiyani Nejad[۱]
Mohammad Reza Jaber Ansari[۲]
Hojat Taheri Goudarzi[۳]
Mohammad Taheri Roozbahani[٤]

Abstract

Competence is a combination of knowledge, skills, abilities, and measurable characteristics that help improve the performance of the organization's employees and, as a result, lead to the success and victory of the organization. The Shiie belief in the Imamate and infallibility of the pure Imams, originating from the merit-oriented approach and entrusting government to the saints, is a logical and Quranic truth, because the position of management in the Islamic approach is as a trust that is entrusted to the individual or leader. The aim of the present study is to identify and prioritize the indicators of the competence of managers based on transcendental governance. In terms of its applied purpose and in terms of its typology, this study is among the mixed qualitative and quantitative research in the inductive-deductive paradigm. The statistical population of this study is all experts and professors in the field of management in the qualitative section. Considering the purpose of the study, sampling in this study was carried out purposefully and with a number of ۱۹ people. The statistical population of the quantitative section is the managers of the Export Development Bank of Iran, which was determined using the available non-probability sampling method. In the qualitative section, qualitative data obtained from interviews were collected using the ۲۰۲۰ MaxQda software and the coding method, and the quantitative section was researched and analyzed

[۱]- Department of Management, Bo.C., Islamic Azad University, Borujerd, Iran.

[۲]- Department of Management, Bo.C., Islamic Azad University, Borujerd, Iran Email: j.ansari@iau.ac.ir

[۳]- Department of Management, Bo.C., Islamic Azad University, Borujerd, Iran.

[٤]- Department of Management, Bo.C., Islamic Azad University, Borujerd, Iran.

using the Fuzzy Delphi method. Using the qualitative data obtained from exploratory interviews, the competency indicators of managers based on transcendental governance were classified into ۱۲ specific factors and then, by extracting these factors, they were ranked through quantitative research. The results of the study showed that among the competency indicators of managers based on transcendental governance, spiritual intelligence, relational and communication competence, and jihad for realization are the most important competency indicators of managers based on transcendental governance.

Keywords: meritocracy, managers, transcendental governance, Export Development Bank of Iran, Fuzzy Delphi.

Identifying and Analyzing the Dimensions of the Knowledge Suppression Prevention Model (Case study: Education in Golestan Province)

Raheleh sadat Mirfendereski [۱]
Roohalla Samiee [۲]
Raziyeh Naderkhani [۳]

Abstract

The aim of the present study was to identify and analyze the dimensions of the knowledge repression prevention model in education in Golestan province. This research was conducted with a mixed exploratory approach and in two qualitative and quantitative parts. In the qualitative part, in order to identify the effective factors, semi-structured interviews were conducted with ۱۵ academic and organizational experts who were selected by snowball method, and the data were analyzed using content analysis. In the quantitative part, the statistical population included ۱۸۶۰ administrative experts from the General Directorate of Education of Golestan province, of whom ۳۱۸ were selected based on the Krejci and Morgan table and by simple random sampling method. The quantitative data were analyzed using structural equation modeling. The findings of the qualitative part showed that the knowledge repression prevention model consists of ۲۷ components in the form of five dimensions: knowledge-based leadership, learning organizational culture, supporting organizational processes, change leadership, and knowledge-based human resource management. The quantitative findings also indicated that all five identified dimensions have a positive and significant impact on preventing knowledge repression. Overall, knowledge-based human resource management and supporting organizational processes were more important, and simultaneous attention to the dimensions of leadership, organizational culture, organizational processes, and human resource

[۱]- Department of Management, AK.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.
[۲]- Department of Management, AK.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.
Roohalla.samiee@iau.ac.ir
[۳]- Department of Statistics, AK.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

management can provide a basis for more effective prevention of knowledge repression and strengthening knowledge sharing in education.

Keywords: Knowledge repression prevention, knowledge-based leadership, knowledge-based human resource management, education.

Identification and Development of Financial Resource Mobilization and Sponsorship Methods in Sports Competitions and Marketing

Siavash Khodaparast[۱]
Azim Salahi Kojour[۲]
Mozhgan Tavakoli[۳]

Abstract

The present study aimed to identify and develop a comprehensive model for methods of attracting financial resources and sponsors in sports competitions and sports marketing within the education system of Gilan Province, Iran. This applied research employed a sequential exploratory mixed-methods approach, conducted in two qualitative and quantitative phases. In the qualitative phase, semi-structured interviews were conducted with ۲۰ experts in the fields of sports, sports marketing, and financial management of the education system in Gilan Province. The data were analyzed using Braun and Clarke's thematic analysis. In the quantitative phase, the extracted conceptual model was validated by ۱۲ experts using the Content Validity Ratio (CVR) and Content Validity Index (CVI). Subsequently, the model was tested using data collected from ۳۷۱ managers, coaches, physical education teachers, and active sponsors in the province, through structural equation modeling with the partial least squares approach using SmartPLS ۳ software. The qualitative findings led to the identification of ۱۹٤ meaning units, ٥٤ open codes, ۱۸ sub-themes, and ٦ main themes, including: methods of attracting financial resources, sponsors and sponsorship, sports marketing strategies, financial challenges and barriers, inter-organizational collaborations, and local and regional capacities. The

[۱]- Assistant Professor, Department of Physical Education and Sport Science, La. C., Islamic Azad University, Lahijan, Iran. (**Corresponding author**)
s.khodaparast@iau.ac.ir
[۲]- Assistant Professor, Department of Sport Management, Faculty of Humanities, Shafagh Institute of Higher Education, Tonekabon, Iran
[۳]- Student of Physical Education and Sport Sciences, Department of Physical Education and Sport Science, La. C., Islamic Azad University, Lahijan, Iran

quantitative results indicated that all structural relationships in the model were significant at the ۰.۰۰۱ level. Among the model's dimensions, financial challenges and barriers (path coefficient = ۰.۹۰۱) and local and regional capacities (path coefficient = ۰.۸۹۸) showed the strongest relationships with the core construct of attracting financial resources and sponsors. In contrast, sports marketing strategies (path coefficient = ۰.۷۰۸) demonstrated the weakest, yet still significant, relationship. This pattern suggests that attracting financial resources in student sports in Gilan Province is a multidimensional phenomenon most strongly linked to the intensity of financial barriers and the ability to leverage local and regional capacities. Alongside these, sponsorship, inter-organizational collaborations, and marketing strategies also play significant roles in explaining the model.

Keywords: Student Sports Financing, Sponsors, Sports Marketing, Local Capacities, Inter-organizational Collaboration.

The Pathology of Digital Development and the Erosion of Cultural Diversity: A Dystopian Analysis of *Black Mirror* via Byung-Chul Han's Psychopolitics

Mohammad Moein Jabbari[۱]
Alireza Sayyad[۲]

Abstract

This article aims to investigate the cultural and social implications of rapid digital development by analyzing the series *Black Mirror* through the philosophical framework of Byung-Chul Han. The central inquiry focuses on how the "Transparency Society" and the logic of neoliberal psychopolitics challenge the foundations of authentic cultural development and lead to the "Erosion of the Other." By examining selected episodes such as "Nosedive" and "The Entire History of You," this study argues that the digitalization of everyday life has given rise to the "Achievement Subject"—individuals who, under an illusion of freedom, engage in self-exploitation and sacrifice stable social bonds for efficiency and quantitative ratings.

The findings reveal that technological development, in the absence of ethical and cultural reflection, has resulted in "Positive Violence." In this state, as the boundary between private and public spheres dissolves, "negativity" and cultural differences are replaced by the "Aesthetics of the Smooth" and mass homogenization. Within this context, *Black Mirror* is analyzed not merely as a science-fiction work, but as a sociological warning regarding the crisis of "psychic exhaustion" and the decay of the social fabric. The article concludes that sustainable cultural development in the digital age necessitates a re-evaluation of the concept of transparency and the reclaiming of the right to secrecy and mystery against algorithmic dominance, thereby enabling the restoration of authentic human experiences and the acceptance of "the Other."

Keywords: Cultural Development, Byung-Chul Han, Black Mirror, Transparency Society, Psychopolitics, Achievement Subject, Social Development.

---

[۱] - Faculty of Cinema and Theater, Iran University of Art. (Moj۱۳۷۰۰@gmail.com)
[۲] - Faculty of Cinema and Theater, Iran University of Art

Explaining the Model of Cultural Heritage Tourism Entrepreneurship Development with Emphasis on the Capacities of Golestan Province

Mohamad Ahmari[۱]
Seyed Mohammadreza Hosseini[۲]
Parviz Saeidi [۳]
Samereh Shojaee[٤]

Abstract

The development of entrepreneurship in cultural heritage tourism plays a significant role in utilizing historical and cultural capacities and creating sustainable economic opportunities. Given the considerable cultural heritage potential of Golestan Province, along with the existing gap between these latent capacities and their current level of utilization, the present study aimed to explain a model for the development of entrepreneurship in cultural heritage tourism with an emphasis on the capacities of Golestan Province. In terms of purpose, this research is applied, and in terms of method, it follows an exploratory mixed-methods design.In the first stage, the identification of components was carried out systematically using the grounded theory strategy. The selection of participants began through purposive judgmental sampling and then continued based on the logic of theoretical sampling in order to clarify and elaborate the characteristics of the emerging categories until theoretical saturation was achieved. For this purpose, ۱۷ in-depth semi-structured interviews were conducted with academic and executive experts. In the second stage, structural equation modeling using Smart PLS software was employed to present the model.The statistical population consisted of ۳۸۰ managers and experts in the field of

[۱]- Department of Management, AK.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

[۲]- Department of Management, AK.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

mehran۱۳۵۱@iau.ac.ir

[۳] -Department of Management, AK.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

[۴] -Department of Management, AK.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

tourism and cultural heritage in Golestan Province, of whom ۱۶۸ individuals were selected as the sample through simple random sampling. The findings of the qualitative section showed that the model of entrepreneurship development in cultural heritage tourism in Golestan Province consists of ۵۹ components within ۹ dimensions, namely individual, environmental, structural, governance, cultural, social, relational, economic, and technological. Furthermore, the results of the quantitative section indicated that these dimensions, with coefficients of ۰.۸۰۰, ۰.۸۵۶, ۰.۷۵۳, ۰.۸۸۱, ۰.۸۷۹, ۰.۸۶۱, ۰.۸۸۵, ۰.۸۶۱, and ۰.۸۴۲, respectively, significantly contribute to explaining the model of entrepreneurship development in cultural heritage tourism.Overall, the findings emphasize the necessity of simultaneous attention to multiple dimensions and the utilization of the cultural and historical capacities of Golestan Province within an integrated approach to planning and policymaking. Such an approach can provide the groundwork for strengthening entrepreneurship and promoting the sustainable development of cultural heritage tourism in the province.

Keywords: Development, Entrepreneurship, Tourism, Cultural Heritage.

Mental Health of Iranians: The Status of Socioeconomic Components on the Eve of the Fifteenth Solar Hijri Century

Seiyed Pouya Rasoulinejad[۱]

Abstract

Health is one of the essential prerequisites for achieving social well-being and development. Despite the World Health Organization's emphasis on the significant impact of social factors and variables on mental health and mental illness, relatively few studies have been conducted on this subject in Iran. Accordingly, this study aims to examine the contribution of socioeconomic components to the mental health of Iranians and the prevalence of mental disorders in Iran. To this end, the study employs a secondary quantitative data analysis approach, drawing on existing data from mental health surveys and statistical yearbooks to analyze the prevalence of mental disorders and structural variables in the social and economic domains.

The theoretical framework of the study is primarily based on Merton's theory of structural strain. According to this perspective, when individuals lack the capacity to perform their roles appropriately and in accordance with societal expectations within the social positions they occupy, and consequently deviate from established social norms, their behavior may be regarded as socially unacceptable and classified as abnormal or deviant, manifesting in the form of mental illness.

The findings indicate that socioeconomic components account for more than ۲۹٪ of the variation in the prevalence of mental disorders across Iran's provinces. The components of social connectedness, economic capacity, access to social support, and access to general welfare have the greatest statistically significant effects on the prevalence of mental disorders in Iran, respectively.

This study highlights the importance of social factors in the prevalence of mental disorders and underscores the need for

۱. Assistant Professor, Department of Islamic Social Sciences, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: sp.rasoulinejad@ut.ac.ir

substantial policy measures and interventions to improve the mental health of members of society. Specifically, strengthening formal and informal support systems and enhancing individuals' economic capacity through economic stability and job creation are recommended to improve the mental health of society.

Keywords: Mental health, mental disorders, social support , economic capacity , boundaries of socially acceptable behavior.

Identifying the capacities of sea-based development in the Persian Gulf With SWOT matrix analysis (Case study of Bushehr province)

Hamzeh Sheikhiani[۱]
Majid Ghorbani[۲]

Abstract

The aim of this research is to identify the capacities of sea-based development in the Persian Gulf. To achieve this goal, the descriptive-analytical method and the SWOT matrix tool have been used. For this purpose, using the opinions of ۱۷ experts familiar with the sea area, the strengths, weaknesses, damages and threats of sea-based development in the Persian Gulf have been identified and a case study of Bushehr province has been conducted. The research findings show that the most important strengths of sea-based development in Bushehr province are the existence of commercial and fishing ports and the existence of the necessary infrastructure for the export and import of fishery products and the existence of ۹۳٦ km of maritime border and ۷۰۷ km of coastal border, and the country's largest maritime border with the Persian Gulf. The most important weaknesses of sea-based development in Bushehr province are the lack of infrastructure such as energy, water and electricity, the lack of rail transport, and the inappropriateness of communication routes from Bushehr province to the center of the country. The most important opportunities for sea-based development in Bushehr province are the possibility of creating new and sustainable jobs in the field of processing and packaging of fishery products, the possibility of developing tourist areas on the coasts of the province, and the ability to create international tourism; the most important threats are the destruction of the marine environment, pollution from industry and agriculture, climate change, sea level rise, increased sea concentration due to desalination plants, and the accumulation of heavy metals.

Keywords: Persian Gulf, sea-based development, sea, SWOT matrix

---

[۱]- PhD in Economics, Shiraz University, Researcher and Lecturer, Bushehr, Iran.
[۲]- Assistant Professor, Department of Management and Accounting, Technical and Vocational University (TVU), Tehran, Iran. ghorbani.tebyan@gmail.com