



International Conference on The School of Martyr Soleimani  
(ICSMS 2021)

Model of A common Market Based on the Islamic  
Resistance and the School of Shahid Soleimani

Hamed Riahi\*

Naser Azadi \*\*

**Abstract**

In addition to the significant trade between the Islamic Resistance Axis countries, in the context of economic sanctions that have been extended to weaken the Resistance Axis, the formation of a common market to increase economic resistance seems necessary. Therefore, considering the role of Shahid Soleimani as a multidimensional figure in managing the security, cultural and economic dimensions of the resistance, identifying the causes, contexts, interfering factors, strategies and consequences of forming a common market based on the Islamic Resistance Axis and Shahid Soleimani school, for the first time was raised as a research issue. The present exploratory research was conducted through semi-structured interviews with 12 experts based on Grounded Theory and the conceptual model and appropriate theory were presented and evaluated at the desired level through Delphi method, content validity (CVR=0.86), retest reliability (89%) and reliability of two coders (85%). In addition to presenting the model, practical suggestions were made for the creation of this common market as one of the aspects of hard revenge in the cultural and economic dimensions with the aim of removing the arrogant domination from the region. According to the results It seems that after the martyrdom of Qassem Soleimani and Abu Mahdi Al-Mohandes, the strategic economic-political and ideological capacities of the Resistance Axis have been strengthened and the synergy of production and trade actors and consumers of the resistance axis countries has increased to form a common market against arrogance.

**Keywords:** *Common Market, Islamic Resistance, Shahid Soleimani School, Grounded Theory, Resistance Economy*

\* PhD candidate of Marketing Management, Azad University of South Tehran, Tehran , Iran  
Riahimec@gmail.com

\*\* Corresponding author: Assistant professor at the Faculty of Management, Islamic Azad University of South Tehran, Tehran, Iran. N\_azad@azad.ac.ir

## مدل تشکیل بازار مشترک بر پایه جریان مقاومت اسلامی و مکتب شهید سلیمانی

ناصر آزاد \*\*

حامد ریاحی \*

### چکیده

علاوه بر سهم قابل توجه مبادلات تجاری کشورهای محور مقاومت، در شرایط تحریم‌های اقتصادی که با هدف تضعیف محور مقاومت گسترش یافته است، تشکیل بازاری مشترک برای افزایش مقاومت اقتصادی ضروری به نظر می‌رسد. لذا با توجه به نقش شهید سلیمانی به‌عنوان شخصیتی چندبعدی در مدیریت امنیتی، فرهنگی و اقتصادی محور مقاومت، شناسایی علل، زمینه‌ها، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای تشکیل بازار مشترک بر پایه جریان مقاومت اسلامی و مکتب شهید سلیمانی، برای اولین بار به‌عنوان مسئله پژوهش مطرح شد. پژوهش اکتشافی حاضر، از طریق مصاحبه نیم‌ساخت‌یافته با ۱۲ نفر از خبرگان بر پایه نظریه داده‌بنیاد انجام و مدل مفهومی و نظریه متناسب ارائه شد و از طریق روش دلفی، روایی محتوایی ( $CVR=0/86$ )، پایایی بازآزمون ( $0/89$ ) و پایایی دو کدگذار ( $0/85$ )، مطلوب ارزیابی شد. علاوه بر ارائه مدل، پیشنهادهای کاربردی ایجاد بازار مشترک به‌عنوان یکی از جنبه‌های انتقام سخت در ابعاد فرهنگی و اقتصادی با هدف حذف سلطه استکبار از منطقه، ارائه شد. طبق نتایج، به نظر می‌رسد ظرفیت‌های استراتژیک اقتصادی-سیاسی و ایدئولوژیک محور مقاومت، پس از شهادت قاسم سلیمانی و ابومهدی المهندس، تقویت شده و هم‌افزایی نقش آفرینان تولید و تجارت و مصرف‌کنندگان کشورهای محور مقاومت برای تشکیل بازاری مشترک در مقابله با استکبار ارتقاء یافته است. پیامد تشکیل این بازار مشترک، بهبود وضعیت امنیتی، اقتصادی، فرهنگی و رفاه در منطقه و قطع جریان‌های نظام سلطه، تقویت اقتصاد مقاومتی و وحدت اسلامی و ترویج آرمان‌های انقلاب اسلامی و زمینه‌سازی ظهور منجی خواهد بود. یعنی مؤلفه‌هایی که در شخصیت و رویکردها و عملکرد شهید سپهبد حاج قاسم سلیمانی به‌عنوان یک مدرسه و دانشگاه زنده و پویا ظهور و ثبوت داشت. تبیین روابط مؤلفه‌های تشکیل این بازار مشترک (علل و ریشه‌ها، شرایط زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها) و ارائه پیشنهادها کاربردی برای تشکیل این بازار، از جمله دستاوردهای پژوهش حاضر است.

**کلیدواژه‌ها:** بازار مشترک، مقاومت اسلامی، مکتب شهید سلیمانی، نظریه داده

بنیاد، اقتصاد مقاومتی

\* دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، گروه مدیریت بازرگانی، تهران، ایران.

Riahimec@gmail.com

\*\* نویسنده مسئول: استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، گروه مدیریت بازرگانی، تهران، ایران.

N\_azad@azad.ac.ir

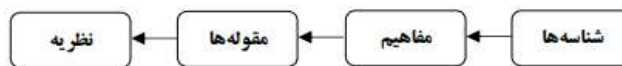
## ۱- مقدمه

علاوه بر ظرفیت اشتغال‌زایی و سهم قابل توجه مبادلات اقتصادی و تجاری ایران با کشورهای محور مقاومت (به‌ویژه عراق)، ظرفیت استراتژیک این کشورها در تسهیل تجارت کشورمان در شرایط تحریم، حائز اهمیت است. با توجه به اختلاف قیمت کالاها در داخل و خارج از کشور، صادرات کالاهایی که مستقیم یا غیرمستقیم مشمول دریافت یارانه (ارز با نرخ ترجیحی) شده‌اند در واقع به نوعی تجارت یکطرفه (یا قاچاق) یارانه به کشورهای همجوار محسوب می‌شود که مستلزم تدوین چارچوبی برای روابط تجاری فی‌مابین است. در بیان اهمیت و ضرورت پژوهش آن که، علاوه بر سلطه نظامی و تجاوز سیاسی و امنیتی، یکی از ابعاد دیگر سلطه، سلطه اقتصادی و فرهنگی است. موضوعی که بدون در نظر گرفتن آن، با فرض حذف جنبه‌های ستمگری نظامی و سیاسی و امنیتی استکبار در منطقه به تنهایی، به هدف غایی یعنی خروج از سلطه و استیلا در همه ابعاد منجر نخواهد شد. توجه همزمان به ابعاد گسترده تاریخی ستمگری و تجاوز استکبار از نوع سیاسی، نظامی، امنیتی، اقتصادی، فرهنگی نشان می‌دهد جنبه‌های اقتصادی و فرهنگی به مثابه ریشه‌ها و شریان‌های تغذیه استکبار است که با حذف آن‌ها می‌توان به رفع ریشه‌ای مشکلات پرداخت. لذا بررسی ابعاد ایجاد بازاری مشترک برای کوتاه نمودن دست نظام سلطه از منطقه ضروری به نظر می‌رسد.

بر این اساس، طراحی مدل شناسایی ابعاد تشکیل بازار مشترک بر پایه جریان مقاومت اسلامی و مکتب شهید سلیمانی، به عنوان موضوع و هدف پژوهش برای اولین بار مطرح شد. پژوهش حاضر در صدد پاسخگویی به این سؤال است که اولاً شرایط ریشه‌ای، شرایط زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر و واسطه‌ای و راهبردها و پیامدهای تشکیل بازار مشترک بر پایه جریان مقاومت اسلامی چیست؟ و ثانیاً، شهادت قاسم سلیمانی و ابومهدی المهندس چه نقشی در تشکیل بازار مشترک بر پایه جریان مقاومت و محور مقاومت اسلامی می‌تواند ایفا نماید؟

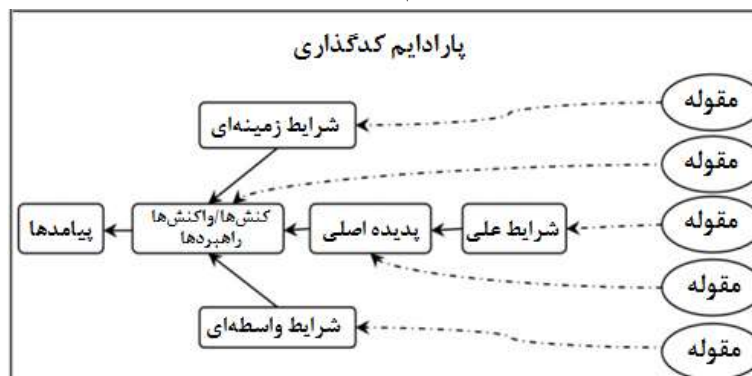
## ۲- روش شناسی

پژوهش حاضر اکتشافی بوده و از طریق مصاحبه نیم‌ساخت یافته با ۱۲ نفر از خبرگان این حوزه و با بهره‌گیری از نظریه داده بنیاد انجام و در پایان مدل مفهومی و نظریه متناسب با آن ارائه می‌شود. تئوری بنیادی (که بانام‌های تئوری برخاسته از داده‌ها و تئوری زمینه‌ای نیز شناخته می‌شود) یک روش تحقیقی عام، استقرایی و تفسیری است که در سال ۱۹۶۷ توسط گلیزر و اشتراوس به وجود



آمد (گلیزر و اشتراوس؛ ۱۹۹۰). این روش پژوهشی استقرایی و اکتشافی است که به پژوهشگر در حوزه‌های موضوعی گوناگون امکان می‌دهد به‌جای اتکا به تئوری‌های موجود و از پیش تدوین شده خود به تدوین تئوری و گزاره اقدام نماید. گراند تئوری روشی است برای کسب شناخت پیرامون موضوع مورد مطالعه و موضوع یا موضوعاتی که قبلاً در مورد آن‌ها تحقیق جامعی نشده و یا دانش ما در آن زمینه محدود است. گراند تئوری فرایند ساخت یک نظریه مستند است که از طریق گردآوری سازمان‌یافته و تحلیل استقرایی داده‌ها انجام می‌گیرد. این روش برای پاسخگویی به پرسش‌های نوین در زمینه‌هایی که دارای مبنای نظری کافی برای تدوین هرگونه فرضیه و آزمون نیستند، به کار گرفته می‌شود. گردآوری داده و تولید دانش در روش گراند تئوری، به اجرای سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی وابسته است. در این روش به آزمایش یا اعتبارسنجی هیچ فرضیه از پیش تعیین‌شده‌ای نمی‌پردازند (منصوریان، ۲۰۰۶) بلکه پژوهش از یک دوره مطالعاتی شروع و فرصت داده می‌شود موارد مرتبط، خود را نشان دهند (بازرگان، ۱۳۸۸). الگو مستقیماً از درون داده‌ها استخراج می‌شود و از بررسی ادبیات آشکار نمی‌شود و چون پژوهشی کیفی است، فقط سؤالات اصلی پژوهش مطرح می‌شود (منتظری، ۱۳۹۰). محورهای اصلی، شناسه‌ها، مفاهیم و مقوله‌هایی است که توالی شکل‌گیری آن‌ها در نمودارهای (۱) و (۲) ارائه شده است (دانایی فرد، ۱۳۸۴). هدف پژوهشگر انتخاب موارد سرشار از اطلاعات است که به الگوی نظری و جزئیات لازم منجر شود (محب‌زادگان و همکاران، ۱۳۹۲).

نمودار ۱. مسیر تکامل نظریه در راهبرد مفهوم‌سازی نظریه داده‌بنیاد (دانایی فرد، ۱۳۸۴، ص ۶۰)



نمودار ۲. مدل گلیزر و اشتراوس (۱۹۶۷)

با توجه به مسئله پژوهش و فقدان مطالعه جامع مستند، روش گراند تئوری انتخاب شد. جامعه آماری بر اساس قلمرو موضوعی از میان خبرگان بوده که با توجه به کیفی بودن پژوهش از طریق نمونه‌گیری نظری (روش‌های نمونه‌گیری هدفمند) انتخاب شدند (کرسول، ۱۳۹۴). نمونه‌گیری

نظری تا رسیدن مقوله‌ها به اشباع ادامه می‌یابد (رازینی و عزیز، ۱۳۸۴). اشباع نظری مرحله‌ای است که داده‌های جدیدی در ارتباط با مقوله پدید نمی‌آید؛ مقوله گستره مناسبی یافته و روابط بین مقوله‌ها تأیید می‌شود (طاهری و همکاران، ۱۳۹۲).

در این مطالعه از مصاحبه نهم به بعد در اطلاعات دریافتی تکرار مشاهده شد اما برای اطمینان تا مصاحبه دوازدهم ادامه یافت. با رعایت موارد اخلاقی و اطمینان بخشی حفظ مفاد مصاحبه و ویژگی مشارکت کنندگان و کسب رضایت، مصاحبه‌ها ضبط و بررسی شد. در این پژوهش برای اولین بار طی مراحل ذیل، مدل تشکیل بازار مشترک بر پایه جریان مقاومت اسلامی و مکتب شهید قاسم سلیمانی از طریق نظریه داده بنیاد ارائه شده است:

۱- مصاحبه نیم ساخت یافته با ۱۲ نفر از خبرگان مرتبط

۲- استخراج مدل (مقوله‌ها، مفاهیم و روابط) از طریق کدگذاری باز، محوری و انتخابی

۳- بهره‌گیری از روش دلفی و تنظیم ۲ مرحله پرسشنامه به منظور حصول پایداری در پاسخ‌ها انتظار می‌رود مدل مفهومی ارتباط مفاهیم، برای متخصصین امور راهبردی اقتصادی، تجاری و امنیتی در راستای تقویت محور مقاومت اسلامی از نگاه فهم روابط و تصمیم‌گیری عملیاتی متناسب با مدل مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

### ۳- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

این تحقیق با گردآوری اطلاعات لازم در خصوص موضوع به دسته بندی کلید واژه های این

#### مبانی نظری

##### ۳-۱- بازار مشترک<sup>۱</sup>:

بازار مشترک یک منطقه تجارت آزاد با جابجایی نسبتاً آزاد سرمایه و خدمات است. یعنی گروهی از کشورها برای تجارت با یکدیگر عوارض کمی یا بدون آن اعمال می‌کنند و تعرفه مشترکی را برای تجارت با سایر کشورها اعمال می‌کنند. از جامعه اقتصادی اروپا در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ به عنوان "بازار مشترک" یاد می‌شد. بازار مشترک گروهی از کشورهاست که توافق نامه رسمی برای تجارت بین خود و نحوه تجارت با کشورهای خارج از گروه دارند (فرهنگ لغت کمبریج، ۲۰۱۷)

بازار مشترک نوع پیشرفته‌تری از طرح‌های همگرایی یا ادغام اقتصادی در مقایسه با طرح‌های مناطق ترجیحات تجاری، منطقه آزاد تجاری و اتحادیه گمرکی است. ویژگی‌های بازار مشترک به

<sup>۱</sup>Common Market



شرح زیر است:

- حذف تعرفه‌ها بین کشورهای عضو در منطقه و اعمال یک تعرفه مشترک بر کشورهای غیر عضو
- عدم وجود محدودیت‌های نامرئی بر تجارت از جمله هم‌آهنگ بودن استانداردها و رویه‌های تجاری
- آزادی نقل و انتقال سرمایه و نیروی کار

قانون اروپای واحد سال ۱۹۸۶ نمونه‌ای از بازار مشترک است. در آن قانون به آزادی انتقال نیروی کار و سرمایه اشاره شده که فراتر از یک اتحادیه گمرکی است. معاهده سال ۱۹۹۲ اتحادیه اروپا نیز مرحله پیشرفته همگرایی یعنی اتحادیه پولی و اتحادیه اقتصادی را نیز در بر می‌گیرد (هرتمنی و همکاران، ۱۳۸۹).

### ۲-۳- محور مقاومت اسلامی (جریان مقاومت):

مقاومت اسلامی اصطلاح سیاسی است که نخستین بار توسط روزنامه لیبایی در سال ۲۰۰۲ در مقابل اصطلاح محور شرارت که توسط جورج دبلیو بوش عنوان شد، مطرح گردید. در اصل کشورهای محور مقاومت اعم از "جمهوری اسلامی ایران"، "عراق"، "سوریه"، "لبنان" و "فلسطین" در جهت مقابله با نفوذ امریکا و جلوگیری از سلطه‌گری این کشور و نظام استکبار تلاش می‌کنند. گفتمان مقاومت اسلامی را می‌توان گفتمانی دانست که در برابر گفتمان غرب که بر زندگی مسلمانان چیره شده بود مطرح شد (دبیری مهر، ۱۳۹۲).

الگوی انقلاب اسلامی ایران به واسطه شکل دهی محور مقاومت در برابر کشورهای غربی و متحدانش و فعالسازی ظرفیت‌های اعتراضی مسلمانان و به ویژه شیعیان باعث شکل‌گیری یک قلب فرهنگی منطبق با هارتلند انرژی جهان شده که از نظر معنایی و هویتی و مادی و منافع در منطقه و جهان، غرب رابه چالش کشیده است. الگو و جریان اسلام‌گرایی انقلاب اسلامی سبب شکل‌گیری یک ژئوپولیتیک چندلایه ژئوکالچر (فرهنگ اسلامی، شیعی، انقلابی، سلطه‌ستیز) ژئوکونومیکی (موقعیت محوری دسترسی به بازارهای انرژی، منابع انرژی) و سیاسی امنیتی شده است (متقی و رشیدی، ۱۳۹۴)

مردم انقلابی و رهبران مبارز ایران، با تاسی به نهضت عظیم سیدالشهدا (ع) و اثرپذیری از اندیشه‌های آن حرکت و جریان اصیل اسلامی، به خلق ارزش‌هایی پرداخته‌اند که استمرار آن هم بر مبنای محورهای ذیل است:

- ایمان به جهاد فی سبیل الله و احیای روح مجاهده و مبارزه



- احیای روحیه شهادت طلبی و شجاعت و شهامت و پرهیز از ملاحظه کاری، مصلحت اندیشی، عافیت طلبی و توجیه گری
- مقاومت و پشتکار در مبارزه و احیای روحیه آزادگی و ذلت ناپذیری
- احیای امر به معروف و نهی از منکر و سایر امور عبادی

بنابر این آموزه‌های ایمانی به عنوان مهم‌ترین رکن وحدت و پیوستگی اسلامی به شمار می‌رود و در چارچوب گفتمان اسلامی و به اصطلاح خاص محور مقاومت اسلامی بدان معناست که ملل مسلمان با وجود همه تنوعات و اختلافات، سرنوشت مشترک دارند و از الگوهای مشترک استفاده می‌کنند و تحت جریان مقاومت اسلامی به سوی اصول، ارزش‌ها و آرمان‌های مشترک و واحد طی طریق می‌کنند (زینوند لرستانی و همکاران، ۱۳۹۵).

### ۳-۳- مکتب شهید سلیمانی؛

مکتب شهید سلیمانی، «مجموعه‌ای از اعتقادات محکم و منسجم، رفتارهای مرتبط و نمودهای برخاسته از اعتقادات، خلقیات و رفتار است به گونه‌ای که از فرد شخصیتی الگو و جامع ارائه می‌کند». سردار سلیمانی مصداق چنین انسانی بود. با نگاه اول به این ویژگی‌ها، شخصیتی «فیلسوف» از ایشان استنباط می‌شود در حالی که ایشان فیلسوف و یا دارای مشرب و سبک فلسفی خاصی نبود. به صورت مألوف در مدرسه علمیه یا دانشگاه تحصیل نکرده بود؛ هر چند می‌توان ایشان را فرزند حوزه‌های علمیه و دانشگاه دانست و می‌توان برای هر باور و رفتار و روش‌های ایشان تفسیری دینی و علمی ارائه کرد و حتی در حوزه‌ها و دانشگاه‌ها به عنوان «مظهر» تدریس شود. همانطور که در بیان حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) و در بیانیه شهادت ایشان آمده بود، شهید حاج قاسم پیرو مکتب حضرت امام خمینی (ره) بود و از این نظر هر آنچه در آموزه‌های دینی و سیاسی، اجتماعی آمده بود در وجود و رفتار این شهید تجلی داشت (زارعی، ۱۳۹۸: ۸). شهید سلیمانی به عنوان شاگرد این مکتب توانست جامع ارزش‌های اخلاق فردی و اجتماعی با شد و این امر اهمیت بسیار زیادی دارد؛ چون این وجه امتیاز دینداری انقلابی از دینداری عافیت طلبانه و هم از انقلابیگری سکولار است. شهید سلیمانی نمونه موفق از جمع بین «معنویت دینی» و «جامعه‌گرایی» ارائه کرد؛ عرفان را با سیاست و مبارزه گره زد و در مقام عمل آن را در حوزه نظامی نیز اعمال کرد (دهقانی پوده و هولاسو، ۱۳۹۹).

شهید سلیمانی شخصیتی متدین بود؛ اما به افکار تحجرآمیز آلوده نبود. ایشان شخصیتی نواندیش و مبتکر بودند؛ اما به تجددمآبی آلوده نبود و همانطور که در بیانات حضرت امام خامنه‌ای



نسبت به شهید سلیمانی بیان شد، شهید سلیمانی را تربیت یافته «اسلام» و «مکتب امام خمینی» معرفی کردند و ایشان را فراتر از فرد، بلکه مکتب معرفی کردند و فرمودند: «به شهید حاج قاسم به چشم یک فرد نگاه نکنیم؛ به چشم یک مکتب، یک راه و یک مدرسه درس آموز نگاه کنیم» (امام خامنه‌ای، بیانات، ۱۳۹۸/۱۰/۲۷).

### پیشینه پژوهش

پیش از این دیدگاه‌هایی در زمینه تشکیل بازار مشترک و همچنین تشکیل بازار مشترک اسلامی مطرح شده که به برخی از آن‌ها در ادامه اشاره می‌شود؛ لیکن به نظر می‌رسد بیشتر این مطالعات بر جنبه‌های تجاری متمرکز بوده است.

امروزه ترتیبات منطقه‌ای به عنوان ابزاری برای کمک به ایجاد محیط تجاری قابل پیش‌بینی و باثبات تر و عاملی برای جلوگیری از محدودیت‌های دسترس به بازار کشورها در آینده محسوب می‌شوند. معمولاً کشورهای کوچکتر زمانی که احساس می‌کنند دسترسی به بازار در آینده برایشان نامطمئن است، اقدام به ایجاد چنین ترتیباتی با کشورهای بزرگتر می‌نمایند. منطقه‌گرایی عاملی برای حمایت از صنایع نوزاد است. به‌ویژه اینکه رقابت یکدفعه و در سطح جهانی صورت نگرفته و اینگونه ترتیبات با اتخاذ سیاست تجاری حمایتگرانه در برابر کشورهای ثالث، صنایع نوپا را در منطقه تقویت می‌نمایند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۶).

از ابتدایی‌ترین سطوح و اشکال بلوک‌های منطقه‌ای «موافقتنامه‌های تجارت ترجیحی» است که شرکت کنندگان در چنین ترتیباتی به کاهش موانع تجاری؛ شامل تعرفه‌ها و موانع غیر تعرفه‌ای، در ارتباط با بخشی از تجارت یکدیگر اقدام می‌ورزند. در بسیاری از موارد تولیدکنندگان منطقه‌ای با اتکاء به مزیت‌های طبیعی خود نظیر نزدیکی جغرافیایی و هزینه‌های پایین تر حمل و نقل در مقایسه با تولیدکنندگان غیرمنطقه‌ای از قابلیت رقابت برخوردارند. چنین ترتیباتی به دلیل مجاز نبودن کشورهای توسعه یافته به عضویت در آن‌ها بر اساس مقررات سازمان جهانی تجارت اغلب در بین کشورهای در حال توسعه شکل گرفته است که از آن میان می‌توان به «نظام جهانی ترجیحات تجاری» بین تعدادی از کشورهای در حال توسعه اشاره کرد. در یک سطح بالاتر از موافقتنامه‌های تجارت ترجیحی، ناحیه آزاد تجاری قرار دارند که متداول‌ترین شکل ترتیبات تجاری منطقه‌ای به شمار می‌آیند. پس از مناطق آزاد تجاری شکل پیشرفته‌تر منطقه‌گرایی تاسیس «اتحادیه گمرکی» است. از دیگر اشکال تکامل یافته تر منطقه‌گرایی «بازار مشترک» و «اتحادیه اقتصادی» است.

نظریه‌ها و بحث‌های موافق و مخالف فراوانی در رابطه با نقش بلوک‌های منطقه‌ای در مقاله با عنوان «موضوع اتحادیه گمرکی» ابراز شده است. واینرا نگرانی خود را در مورد این ترتیب





تجاری بیان داشته و بیان می کند که وقتی دو کشور براساس توافق، تعرفه ها را در مورد کالاها یکدیگر حذف می کنند اما همین تعرفه ها را برای کالاهایی که از کشورهای ثالث وارد می شود حفظ می کنند، منجر به بهبود سوددهی مبادله برای تاجران دو کشور می شود؛ زیرا هر دو کشور محصولات همسایگان مورد توافق (عضو) را که قادر به تولید ارزان تر هستند، وارد می کنند. اما در این حالت، تجارت منحرف می شود (واینر، ۱۹۵۰). نظریه واینر توسط برخی از اقتصاددانان معاصر مورد انتقاد قرار گرفته است. در مقابل این نظریه، نظریه «شرکای تجاری طبیعی» مطرح می شود. اگرچه تجارت بر مبنای مزیت نسبی استوار است، ولی متأثر از مسائلی از قبیل وضعیت جغرافیایی قرار دارد و حذف فاصله، هزینه حمل و نقل را کاهش می دهد. همسایگان در چنین مناطقی در گستره وسیعی بایکدیگر به داد و ستد می پردازند و در این شرایط، انحراف تجاری اندک است (کروگمن، ۱۹۹۶). این نظریه به طور تجربی در برخی مناطق جهان به ویژه در مناطق توسعه یافته نظیر اروپا و آمریکای شمالی تأیید شده است. باگواتی یادآوری می نماید که اقتصاددانان پیش گفته، آثار ترتیبات تجاری منطقه ای را به صورت ایستا در نظر می گیرند و اثرات پویای آن را که با در نظر گرفتن عامل زمان در تسریع و یا کاهش موانع تجاری در تجارت جهانی سنجیده می شود، لحاظ نمی کنند. وی دو مفهوم بلوک های بازدارنده و سازنده را مطرح می کند که به دو مفهوم انحراف تجارت و ایجاد تجارت شده توسط واینر، نزدیک است (باگواتی، ۱۹۹۶).

مسأله انحراف تجارت و یا بازدارنده بودن ترتیبات اقتصادی در رشد تجارت ملت ها، به سادگی قابل اندازه گیری نیست و بدین لحاظ، به اهداف و اصول تشکیل بلوک ها باید توجه بیشتری شود. در متون تجارت بین الملل، ترتیبات منطقه ای نوعی سیاست تجاری در راستای کاهش یا حذف موانع و محدودیت های تجاری میان اعضا است. طبق گزارش بانک جهانی (۲۰۰۰) انحراف تجارت یکی از آثار منفی ترتیبات ترجیحی در سطح منطقه ای شناخته می شود، در حالی رخ می دهد که تولیدات نامرغوب و پرهزینه اعضا در نتیجه برخورداری از ترجیحات تجاری جایگزین تولیدات مرغوب تر و کم هزینه تر غیراعضا شوند. حذف و یا کاهش عوارض وارداتی تولیدات منطقه ای که در رقابت مستقیم با تولیدات غیرمنطقه ای است، موجب کاهش قیمت تمام شده این نوع محصولات در بازار منطقه ای شده و زمینه جایگزینی واردات کم هزینه تر از غیراعضا را فراهم می نماید. حال این پرسش مطرح می شود که آیا همه ترتیبات تجاری منطقه ای به انحراف تجارت منجر می شوند؟ در چه شرایطی یک ترتیب تجاری منطقه ای موجب اثر انحراف تجارت خواهد شد؟ و چگونه می توان از وقوع انحراف تجارت در یک ترتیب تجاری منطقه ای جلوگیری به عمل آورد؟ در این رابطه باید تصریح کرد که انحراف تجارت موقعی به وقوع می پیوندد که در عین حذف و یا کاهش



موانع تجاری در قالب یک ترتیب منطقه‌ای، موانع تجاری برای غیراعضا حفظ شود. معمولاً هزینه انحراف تجارت معادل میزان عوارضی است که بر واردات کالاها تولیدکنندگان غیرمنطقه‌ای اعمال می‌شود. بر این اساس، کاهش موانع تجاری برای صادرکنندگان غیرعضو، همزمان با مبادله ترجیحات تجاری بین کشورهای عضو ترتیب منطقه‌ای، هزینه انحراف تجارت را کاهش داده و یا از بین می‌برد. از دیگر شرایط لازم برای وقوع انحراف تجارت، این مسأله است که دیگر کشورهای عضو یک ترتیب تجاری منطقه‌ای نیز موانع تجاری مشابهی را برای تولیدکنندگان غیرمنطقه‌ای اعمال کنند. در صورتی که اعضای منطقه آزاد تجاری شرایط و ضوابط سخت‌گیرانه‌ای را برای تعیین مبدا کالاها اعمال نمایند، صادرات مجدد کالاها تولیدکنندگان غیرمنطقه‌ای با دشواری‌هایی مواجه می‌شوند که این مسأله مانع جلوگیری از انحراف تجارت می‌شود. در کنار شرایط الزامی برای وقوع انحراف تجارت، این شرط را باید افزود که محصولات منطقه‌ای می‌بایست از هر جهت، از جمله سلیقه مصرف‌کنندگان، قابلیت جایگزینی محصولات صادراتی غیراعضا را داشته باشند. در غیر این صورت، مصرف‌کنندگان با وجود برخورداری تولیدات منطقه‌ای از ترجیحات تجاری، همچنان به عرضه‌کنندگان غیرعضو رجوع خواهند کرد. با این حال در بسیاری از موارد، تولیدکنندگان منطقه‌ای با اتکا به مزیت‌های طبیعی نظیر نزدیکی جغرافیایی و هزینه‌های پایین تر حمل و نقل در مقایسه با تولیدکنندگان غیرمنطقه‌ای از قابلیت رقابت برخوردار می‌شوند (هوکنم و شیف، ۲۰۰۲).

اگرچه انحراف تجارت از اثرات منفی ترتیبات تجاری منطقه‌ای است، ولی ایجاد تجارت از منافع و مهم‌ترین اثرات مثبت آن به شمار می‌رود. این اثر که موجب افزایش حجم تجارت میان اعضای ترتیبات منطقه‌ای می‌شود، زمانی به وقوع می‌پیوندد که تولیدات کارآمدتر و کم هزینه‌تر دیگر کشورهای عضو یک ترتیب منطقه‌ای در نتیجه آزادسازی تجاری جایگزین تولیدات غیرکارآمد و هزینه‌بر داخلی شود. معمولاً آن دسته از ترتیبات منطقه‌ای که عمدتاً به ایجاد تجارت منجر می‌شوند، با مخالفت گروه‌های ذی‌نفع داخلی روبرو می‌شوند. اثر ایجاد تجارت، تولیدکنندگان ناکارآمد داخلی را ناگزیر به افزایش بهره‌وری یا خروج از گردونه رقابت می‌کند. تعطیلی تولیدات ناکارآمد، کاهش تولیدات داخلی و از دست رفتن فرصت‌های شغلی در نتیجه سیل واردات از تولیدکنندگان کارآمدتر منطقه‌ای از پیامدهای منفی ایجاد تجارت برای اقتصاد اعضا است.

در جمع‌بندی این موضوع که آیا منطقه‌گرایی در رفاه کشورها تاثیر مثبت دارد یا خیر؟ این پرسش از مهم‌ترین مباحث اقتصاددانان در چند دهه اخیر بوده است که در قالب آثار ایجاد و





کرد.

اندازه گیری شدت تجارت نشان می‌دهد افزایش تجارت درون منطقه‌ای به بهای کاهش تجارت منطقه با دنیا شده و یا افزایش تجارت به‌طور متوازن رخ داده است و آهنگ رشد تجارت درون منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای را نشان داده و مشخص می‌کند در صورت کاهش نیافتن حجم تجارت فرامنطقه‌ای، انحراف تجارت به وقوع پیوسته است یا خیر؟ با فرض ثابت بودن تقاضای جهانی و یا برابر بودن نوسانات در داخل و خارج منطقه و ثبات دیگر شرایط، افزایش شدت تجارت در اثر افزایش تجارت درون منطقه‌ای و کاهش سهم منطقه در تجارت جهانی نشانه وقوع انحراف تجارت است. در مقابل، در صورت ثابت بودن سهم منطقه در تجارت جهانی و افزایش شدت تجارت به دلیل افزایش تجارت درون منطقه‌ای، اثر ایجاد تجارت در یک ترتیب منطقه‌ای است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۶).

در بررسی آثار تشکیل بازار مشترک اسلامی بر جریان‌های تجاری کشورهای منتخب عضو در بازه زمانی سال‌های ۱۹۹۴ - ۲۰۰۸، دو اثر ایجاد و انحراف تجارت (به عنوان پیامدهای اقتصادی تشکیل همگرایی اقتصادی) مورد توجه قرار گرفته است. به منظور بررسی این دو اثر از دو متغیر مجازی در مدل مربوطه استفاده شده و به منظور مشخص شدن عوامل تأثیرگذار بر روی تجارت دوجانبه بین کشورهای منتخب مدل دیگری (بر پایه نتایج مدل اول) مورد استفاده قرار گرفته است. بر اساس نتایج بدست آمده از تخمین مدل جاذبه تعمیم یافته تشکیل هسته اولیه بازار مشترک اسلامی هیچ‌گونه تأثیری بر روی جریان‌های تجاری کشورهای عضو این همگرایی نخواهد داشت و یا به عبارتی در این همگرایی پدیده ایجاد تجارت رخ نخواهد داد. همچنین این همگرایی موجب کاهش تجارت میان کشورهای عضو و کشورهای غیر عضو در این همگرایی نخواهد شد. از سوی دیگر در بین عوامل تأثیرگذار بر روی تجارت دوجانبه در این کشورها، تنها عامل مرز مشترک آبی نقشی موثری دارد، به طوری که وجود چنین خصوصیتی در بین این کشورها تأثیر مثبتی بر روی جریان‌های تجاری آن‌ها خواهد داشت (اصغری پور و همکاران، ۱۳۸۸).

در بررسی پتانسیل تجاری کالاهای بخش کشاورزی با هدف تشکیل بازار مشترک اسلامی، شاخص‌های مزیت نسبی و جغرافیایی محاسبه و از مدل جاذبه تجاری و روش برآورد داده‌های تابلویی برای سال‌های ۱۹۹۵ الی ۲۰۰۴ استفاده شده است. طبق نتایج، شباهت ساختار صادراتی کشورها می‌تواند در قالب بلوکی صادراتی در بعضی محصولات زراعی و باغی مطرح و به تقویت یکپارچگی زیربلوک‌های موجود (اکو، شورای همکاری خلیج فارس) منجر شود و امکان ایجاد زیربلوک‌های دیگر بر اساس همجواری، توان مبادله‌ای درون بلوکی را در اعضای سازمان





جدول ۱. نمونه استخراج مقوله های اصلی

مقوله اصلی	مقوله فرعی	کد اولیه	قسمتی از متن مصاحبه
شرایط علی	منافع مشترک اقتصادی	I1	منافع مشترک امنیتی، سیاسی، اقتصادی منطقه از جمله علل تشکیل بازار مشترک در محور مقاومت اسلامی است
	منافع مشترک امنیتی	I2	
	منافع مشترک سیاسی	I3	
شرایط زمینه ای	مشترکات مذهبی، تاریخی و فرهنگی	I4	دین و مذهب و تاریخ و قومیت ها و شیوه زیست اجتماعی و سبک زندگی مشابه از جمله زمینه های شکل گیری بازار مشترک در محور مقاومت هستند
	ارتباطات قومیتی		
	سبک زندگی مشابه		
	ویژگی های جغرافیایی	I5	ویژگی های جغرافیایی منطقه قرار گرفتن کشورهای محور مقاومت از جمله زمینه های شکل گیری بازار مشترک در محور مقاومت است
عوامل مداخله گر	هجمه فرهنگی، سیاسی و اقتصادی نظام استکبار و دشمنان خارجی و داخلی	I6	هجمه فرهنگی، سیاسی و اقتصادی دشمنان خارجی و تقویت باورهای تکفیری از جمله عوامل مداخله گر در مسیر تشکیل بازار مشترک است
	شناسایی و تقویت ظرفیت ها و منافع چندجانبه صادرات و واردات کالا و خدمات	I7	شناسایی و تقویت ظرفیت ها و منافع چندجانبه صادرات و واردات کالا و خدمات از جمله راهبردهای تشکیل بازار مشترک در محور مقاومت است
راهبردها	تقویت و ارتقاء مناسبات مذهبی در جوامع محور مقاومت (خصوصا راهپیمایی اربعین)	I8	بهبود شرایط برگزاری راهپیمایی اربعین امام حسین (ع) از راهبردهای تشکیل بازار مشترک در محور مقاومت است
		I9	تقویت و ارتقاء باورهای مشترک و تقویت وحدت و جمع شدن حول مشترکات مذهبی از جمله قرآن و عترت از جمله راهبردهای تشکیل بازار مشترک محور مقاومت است
پیامدها	تقویت ریشه های اقتصادی و امنیتی محور مقاومت اسلامی	I10	تقویت ریشه های اقتصادی و امنیتی محور مقاومت اسلامی از جمله پیامدهای تشکیل بازار مشترک است



## اعتبارسنجی

اعتبارسنجی در نظریه پردازی داده بنیاد، بخشی فعال از فرایند پژوهش است؛ پژوهشگر در خلال روال مقایسه پیوسته در شناسه گذاری باز، بین داده‌ها و اطلاعات و مقوله‌های در حال ظهور، کثرت ایجاد می‌کند. مقایسه پیوسته به این اشاره دارد که پژوهشگر وقایع، رویدادها و فعالیت‌ها را شناسایی و پیوسته با طبقه نوظهور مقایسه می‌کند؛ آن طبقه را شکل می‌دهد و اشباع می‌شود؛ پژوهشگر پرسش‌هایی مطرح می‌کند که مقوله‌ها را ربط می‌دهد و بین داده‌ها به دنبال مدرک، پیشامد و وقایع می‌گردد (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۹). در این پژوهش نیز برای اعتبارسنجی یافته‌ها در مرحله شناسه گذاری باز به روش مقایسه‌ای پیوسته به تطابق همگونی میان اطلاعات و مقوله‌ها پرداخته و در مرحله شناسه گذاری محوری بازبینی داده‌ها نسبت به مقوله‌ها انجام شد. از نظر کرسول پژوهشگران کیفی به منظور افزایش اعتبار پژوهش‌های خود باید در هر پژوهش حداقل از دو راهبرد استفاده کنند. به منظور اطمینان از روایی پژوهش اقدامات ذیل انجام شد:

۱- تطبیق توسط اعضا: پژوهشگر از دیدگاه مشارکت کنندگان برای برقرار ساختن اطمینان‌پذیری یافته‌ها و تفاسیر استفاده می‌کند (کرسول، ۱۳۹۴). در این پژوهش، سه نفر از مشارکت کنندگان (عرصه عمل)، گزارش نهایی مرحله نخست فرایند تحلیل مقوله‌ها را بازبینی کردند و پیشنهادهای آن‌ها در پارادایم شناسه گذاری اعمال شد.

۲- بررسی همکار: نوعی کنترل بیرونی بر فرایند پژوهش است. کرسول، این نقش را همانند نقش «منتقد مدافع» می‌داند؛ فردی که با پژوهشگر صادق است و سؤال‌های چالش برانگیزی در مورد روش‌ها، معانی و تفاسیر ارائه می‌کند (همان منبع). سه نفر از استادان دانشگاهی (عرصه علم)، نیز پارادایم شناسه گذاری را بررسی کردند و نظر آن‌ها نیز در تدوین الگو مورد استفاده قرار گرفت.

۳- کثرت‌گرایی: در این روش، پژوهشگران از مآخذ، روش‌ها، پژوهشگران و نظریه‌های چندگانه و متفاوت برای فراهم کردن شواهد تقویت کننده استفاده می‌کنند (همان منبع). کثرت‌گرایی در این پژوهش شامل تکثر مکانی و کثرت مشارکت کنندگان در پژوهش است. تکثر مکانی به این معنی که مصاحبه با خبرگان نواحی مختلف انجام شد. تکثر مشارکت کنندگان نیز به این معنی است که با افراد سطوح مختلف سازمانی مصاحبه شد که در واقع مدیران ارشد، میانی و کارکنان هستند.

سنجش روایی پرسشنامه از طریق نسبت روایی محتوایی CVR<sup>۱</sup> سنجیده شد و با توجه به تعداد ۱۲ نمره اعضای پنل، پرسش‌های دارای حداقل مقدار قابل قبول (یعنی CVR=۰/۵۶) در پرسشنامه



نهایی باقی ماندند و سایر پرسش‌ها حذف شدند.  $n_e$  تعداد اعضایی است که آن بعد یا سؤال را ضروری دانسته‌اند و  $n$  تعداد کل اعضای پنل است. شاخص روایی محتوایی مجموعه پرسشنامه نیز از رابطه CVI محاسبه شد (لاوشی، ۱۹۷۵):

$$CVR = \frac{n_e - n/2}{n/2} \quad \text{رابطه (۱)}$$

$$CVI = \frac{\sum CVR}{\text{retained numbers}} \quad \text{رابطه (۲)}$$

در نهایت با حذف پرسش‌هایی که روایی محتوایی و پایایی را از استاندارد قابل قبول خارج می‌ساختند، پرسشنامه طراحی شد که شاخص روایی محتوایی آن مقدار قابل قبول ۰/۸۶ بوده است.

پایایی به سازگاری یافته‌های پژوهش اطلاق و در مراحل چون موقعیت مصاحبه، نسخه‌برداری و تحلیل مطرح می‌شود. در مورد پایایی مصاحبه‌شونده به چگونگی هدایت سؤالات اشاره می‌شود. در پایایی نسخه‌برداری نیز باید به پایایی درون موضوعی نسخه‌نویسی انجام شده هنگام حروف چینی متون توسط فرد توجه کرد. در طول مصاحبه‌ها نیز توجه به درصدهای گزارش داده شده توسط دو نفر شناسه‌گذار، روش تعیین پایایی تحلیل است. میزان (درصد) توافق درون موضوعی دو شناسه‌گذار (۶۰ درصد یا بیشتر در مورد یک مصاحبه) کنترل تحلیل نیز روش پایایی تحلیل است (کواله، ۱۹۹۶). در این پژوهش از پایایی بازآزمون و روش توافق درون موضوعی برای محاسبه پایایی استفاده شده است که نتایج آن در جداول (۲) و (۳) قابل مشاهده است.

$$\text{رابطه (۳)}: \quad \text{درصد توافق درون موضوعی} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

جدول ۲. پایایی بازآزمون

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافق	تعداد عدم توافق	پایایی بازآزمون
۱	۱	۲۳	۱۰	۲	٪۸۳
۲	۴	۱۸	۸	۴	٪۸۲
۳	۱۰	۳۱	۱۴	۶	٪۹۲
مجموع ۳ مصاحبه					٪۸۹







(۲) و (۳) پایایی بازآزمون برابر ۸۹٪ و پایایی دو کدگذار برابر ۸۵٪ حاصل شد که بیشتر از ۶۰٪ است (کواله، ۱۹۹۶) و به نظر می‌رسد مصاحبه از پایایی خوبی برخوردار است.

همانطور که مشاهده شد، در مطالعات پیشین تشکیل بازار مشترک اسلامی، تمرکز بر جنبه‌های تجاری و اقتصادی بازار بوده و ظرفیت‌های فرهنگی، مذهبی، مکتبی و تاریخی و سیاسی کمتر به بوته بررسی و نظریه‌پردازی گذارده شده است؛ در حالی که بازار مشترک مقوله صرفاً تجاری نیست و ارزیابی مزیت‌ها و معایب تشکیل آن مستلزم بررسی سایر ابعاد است. لازم است از نظر تاریخی، بازار به محلی اطلاق می‌شود که خریداران و فروشندگان برای مبادله کالا یا خدمات به آن مراجعه می‌کنند. اما اقتصاددانان به مجموعه خریداران و فروشندگان که به خرید و فروش کالا یا خدمات خاصی مبادرت می‌کنند، بازار می‌گویند. از دیدگاه بازاریابی، مجموعه خریداران، بازار را تشکیل می‌دهند. در عین حال، کلمه بازار بعضاً به مجموعه‌هایی غیر از مشتریان یا خریداران نیز اطلاق می‌شود مانند بازار نیروی کار یا بازار رای (کاتلر، ۱۳۸۵: ۵۰)

مفهوم بازار که از دیرباز به معنی محل داد و ستد کالاها و همزمان دارای ویژگی‌های تبادلات فرهنگی و سیاسی جامعه است در محور مقاومت اسلامی و با تکیه بر شخصیت و مکتب شهید سلیمانی و شهدای جریان و جبهه مقاومت می‌تواند محوریت جامعی از جوامع کار و مصرف در راستای انتفاع مشترک اقتصادی، امنیتی، مذهبی، فرهنگی و سیاسی و ترویج آرمان‌های انقلاب اسلامی ایجاد نماید. لذا در پژوهش حاضر با استخراج و بررسی سایر ابعاد، مدلی دربرگیرنده ابعاد مذهبی، فرهنگی و سیاسی، محقق شد.

در خصوص علل تشکیل بازار مشترک در محور مقاومت اسلامی بر پایه جریان مقاومت و مکتب شهید قاسم سلیمانی، علاوه بر مؤلفه‌های منافع مشترک اقتصادی (بازار مصرف و کار) و جنبه‌های امنیتی، اعتقادی و مکتبی و سیاسی مطرح شد؛ منابع انرژی موجود در کشورهای محور مقاومت می‌تواند زمینه‌ساز تشکیل بازار انرژی اثرگذار بر معادلات اقتصادی جهانی مطرح شود.

در خصوص پاسخ به سؤال دوم پژوهش ذکر این نکته ضروری است که اگرچه در پژوهش‌های پیشین به این بعد از شخصیت و عملکرد شهید سلیمانی پرداخته نشده لیکن طبق اظهار نظر وزیر محترم بهداشت، «آمریکایی‌ها علی‌رغم ادعای خودشان که دارو و تجهیزات پزشکی مشمول تحریم نمی‌شود، بیشترین فشار را به ما وارد کردند که مردم ما را به زانو در آورند. سردار شهید سلیمانی در این یک سال بسیار ما را همراهی و حمایت کرد؛ بدین ترتیب توانستیم از مسیرهای مختلف حلقه تحریم‌ها را بشکنیم تا مردم در خصوص دارو و تجهیزات پزشکی با مشکل زیادی روبه‌رو نشوند» (نمکی، ۱۳۹۸). لذا نقش شهید سلیمانی در تأمین نیازهای مردم و محور مقاومت بسیار حائز اهمیت بوده و به تبع آن مکتب شهید سلیمانی نیز مروج رویکردها و عملکردهای آن

شهید بزرگوار خواهد بود.

مشترکات مذهبی، تاریخی و فرهنگی، شهادت شهدای محور مقاومت به ویژه شهادت قاسم سلیمانی و ابومهدی المهندس، ارتباطات قومیتی، سبک زندگی مشابه، ویژگی جغرافیای انسانی و سرزمینی و رویکرد استکبارستیزی شخصیت‌های آزاده، شرایط زمینه‌ای مناسبی برای تشکیل این بازار از حیث حمایت از تولیدات محور مقاومت و پرهیز از کالاهای غربی و استکباری فراهم آورده است و به نظر می‌رسد اگرچه حضور مادی شهید سلیمانی راهگشای رفع مشکلات تأمین کالاهای مورد نیاز کشور بوده و شهادت ایشان ضایعه‌ای بزرگ برای محور مقاومت بود، لیکن پس از شهادت قاسم سلیمانی و ابومهدی المهندس، ظرفیت‌های استراتژیک اقتصادی-سیاسی و ایدئولوژیک محور مقاومت، تقویت شده و هم‌افزایی نقش آفرینان تولید و تجارت و مصرف‌کنندگان کشورهای محور مقاومت برای تشکیل بازاری مشترک در مقابله با استکبار افزایش یافته است. این مؤلفه‌ها به ویژه در راهپیمایی عظیم اربعین حسینی (ع) طی سالیان اخیر مطرح بوده که استمرار آن را نمی‌بایست منوط به پایان یافتن شرایط شیوع کرونا دانست و می‌بایست از طریق فضای مجازی و مانورهای فرهنگی و مذهبی مشترک، به تبیین ابعاد و ظرفیت‌های آن پرداخت.

البته عوامل مداخله‌گری نظیر تحریم و هجمه فرهنگی، سیاسی و اقتصادی نظام استکبار و دشمنان خارجی و داخلی و گروه‌های تکفیری و تجمل و برندگرایی افراد و استمرار شیوع کرونا می‌تواند به عنوان عوامل مداخله‌گر تشکیل این بازار مطرح شود و می‌بایست در این مسیر توجه ویژه‌ای به منظور جلوگیری و کاهش اثرگذاری مداخله‌ها از طریق راهبردهای مناسب داشت. از جمله راهبردهای تشکیل این بازار مشترک، شنا سایی و تقویت ظرفیت‌ها و منافع چندجانبه تجارت کالا و خدمات، تقویت و ارتقاء مناسبات مذهبی در جوامع محور مقاومت (خصوصاً راهپیمایی اربعین امام حسین (ع))، برگزاری جشنواره‌ها و ابزارهای تشویقی در جهت توسعه روابط تجاری محور مقاومت، تقویت جنبه‌های فرهنگی مقاومت و استکبارستیزی بین آحاد جوامع محور مقاومت، تبیین آرمان‌ها و اهداف انقلاب اسلامی، جریان مقاومت و شهدای محور مقاومت خصوصاً شهید قاسم سلیمانی و شهید ابومهدی المهندس در تقویت وحدت و ایجاد امت واحده اسلامی و زمینه‌سازی ظهور منجی، آگاهی بخشی جوامع محور مقاومت از حیث جنبه‌های اقتصادی و فرهنگی مصرف کالاها، بهره‌گیری از ظرفیت راهپیمایی اربعین امام حسین (ع) در راستای ایجاد بازار مشترک در محور مقاومت بر پایه جریان مقاومت و مکتب شهید سلیمانی، احیاء و ایجاد بازارچه‌های مشترک در اطراف مرزهای جغرافیایی کشورهای محور مقاومت اسلامی، ایجاد نشان برتر تولید و تجارت تحت عنوان «سلیمانی-المهندس» و شاخص‌های آن، بهبود وضعیت امنیتی



کشورهای محور مقاومت اسلامی، تقویت زیرساخت‌های حمل و نقل در کشورهای محور مقاومت اسلامی، مطرح شده است. به نحوی که نقطه اوج این اشتراک آرمان ظهور منجی و برقراری ثبات و عدالت در جهان خواهد بود که به عنوان چراغ راه تشکیل این بازار مشترک می‌تواند به مرور محوریت یابد. در جمع‌بندی نظر خبرگان، این راهبردها در حال حاضر خصوصاً در کشورهای ایران، عراق، سوریه، پاکستان، افغانستان، لبنان، یمن و فلسطین می‌تواند مؤثر واقع شود و پس از حصول نتایج مطلوب در آینده، دامنه این بازار مشترک می‌تواند در لایه‌های بعدی توسعه یابد.

از جمله پیامدهای این بازار مشترک، بهبود وضعیت امنیت، اقتصاد، فرهنگی و اشتغال و رفاه در منطقه و کشورهای محور مقاومت و قطع شریان‌ها و کاهش نفوذ نظام سلطه از حیث اقتصادی و فرهنگی (و به تبع آن سیاسی و امنیتی و نظامی)، تقویت مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی، تقویت وحدت اسلامی و ترویج آرمان‌های انقلاب اسلامی و زمینه‌سازی ظهور منجی خواهد بود. یعنی مؤلفه‌هایی که اساساً در شخصیت و رویکردها و عملکرد شهید بزرگوار انقلاب اسلامی، شهید قاسم سلیمانی به عنوان یک مدرسه و دانشگاه زنده و پویا ظهور و ثبوت داشت.

با توجه به مدل ارائه شده و ارزیابی بستر مناسب تحقق تشکیل این بازار، در استمرار پژوهش حاضر تا حصول نتایج عملی، اتخاذ راهبردهای مدل ارائه شده پژوهش حاضر ضمن تحقق پیشنهادهای عملیاتی ذیل می‌تواند زمینه‌های ترویج باورهای مکتب شهید سلیمانی به عرصه اقتصاد و تولید و تجارت منطقه را بهبود بخشد و به مرور زمینه‌های تحقق اتحادیه پولی و اقتصادی در محور مقاومت را فراهم آورد:

- ۱- تشکیل کارگروهی متشکل از شخصیت‌های علمی و اجرایی کشورهای محور مقاومت اسلامی در ابعاد تجاری، اقتصادی، امنیتی، فرهنگی، مذهبی و سیاسی با هدف استقرار بازار مشترک محور مقاومت اسلامی به طور گام به گام
- ۲- بررسی ابعاد انحراف تجارت و اندازه‌گیری شدت تجارت به عنوان شاخص همگرایی تجاری کالاها در هر بخش و شناسایی جزئیات کالا و خدمات قابل تبادل و دارای ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری مشترک و چندجانبه در محور مقاومت و سنجش منافع هر یک از طرفین با توجه به نرخ ارز ترجیحی و تفاوت قیمت‌ها و اتخاذ تصمیمات متناسب
- ۳- پیش‌بینی جشنواره بین المللی ضمن تعیین شاخص‌های تولید و تجارت برای اعطای نشان افتخاری تحت عنوان شهید قاسم سلیمانی و شهید ابومهدی المهندس برای فعالین خوشنام تولید و تجارت منطقه

آری، "یکی از فرق‌های مکتب اسلام، مکتب توحید، با مکتب‌های انحرافی، مکتب‌های الحادی، این است که رجال این مکتب، شهادت را برای خودشان فوز عظیم می‌دانند: يَا كَيْتِي كُنْتُ



مَعَهُمْ فَأَفُوزَ فَوْزاً عَظِيماً (قرآن: ۴، ۷۳). "بگشاید ما را؛ ملت ما بیدارتر می‌شود. ما از مرگ نمی‌ترسیم؛ و شما هم از مرگ ما صرفه ندارید" (امام خمینی (ره)، ۱۳۵۸). شهیدان ما زنده هستند و وجود پربرکت ایشان نه فقط در دوران حیات زمینی، که پس از آسمانی شدنشان بیش از پیش منشأ اثر خواهد بود. اگر شهید سلیمانی یک الگوی مناسب در جنبه‌های فداکاری در راه اسلام و کار و تلاش و حمایت از امت واحده اسلامی بود، انتقام سختی که در ازای ریختن خون آن شهید بزرگوار گرفته خواهد شد، نه فقط در جنبه‌های نظامی و امنیتی، که در تمامی جنبه‌های فرهنگی و اقتصادی در راستای خروج امریکا از منطقه خواهد بود و امروز آحاد جریان مقاومت اسلامی، ادامه دهنده راه آن شهیدان تا تشکیل حکومت منجی عالم بشریت مهدی موعود (عج) خواهند بود.



## ۶- منابع:

### منابع فارسی:

- اشتراوس، آنسلم و کوربین، جولیت. اصول روش تحقیق کیفی: نظریه مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها. بیوک محمدی (۱۳۸۵). تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- اصغری پور، فرید. (۱۳۸۸). بررسی آثار تشکیل بازار مشترک اسلامی بر جریان‌های تجاری کشورهای منتخب عضو در بازه زمانی سال‌های ۱۹۹۴ - ۲۰۰۸، به راهنمایی احمد سیفی، دانشگاه فردوسی مشهد، دکتری اقتصاد.
- امام خمینی (ره)، سخنرانی در روز ۱۴ اردیبهشت ۱۳۵۸ در مدرسه فیضیه قم، صحیفه امام؛ ج ۷: ۱۸۲ - ۱۸۴.
- بازرگان، عباس. (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته، رویکردهای متداول در علوم رفتاری. تهران: انتشارات دیدار.
- حسینی، میرعبداالله. (۱۳۹۶). جغرافیای جدید اقتصادی و ساختار تجارت خارجی: کشورهای منتخب و ایران، به راهنمایی: سعید راسخی، دانشگاه مازندران، دکتری اقتصاد.
- دانایی فرد حسن و امامی، سید مجتبی. (۱۳۸۶). تأملی بر نظریه پردازی داده‌بنیاد: استراتژی‌های پژوهش کیفی. فصلنامه اندیشه مدیریت. ش ۲: ۶۹-۹۷.
- دانایی فرد، حسن. (۱۳۸۴). تئوری پردازی با استفاده از رویکرد استقرایی: استراتژی مفهوم‌سازی تئوری داده بنیاد، دو ماهنامه علمی - پژوهشی دانش و رفتار، دانشگاه شاهد، س ۱۲، ش ۱۱.
- دانایی فرد، حسن؛ الوانی، مهدی؛ آذر؛ عادل. (۱۳۸۳). روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت. انتشارات صفار.
- دبیری مهر، امیر. (۱۳۹۲). مؤلفه‌های فرهنگی گفتمان مقاومت اسلامی در خاورمیانه، انتشارات پژوهشکده باقرالعلوم. دهقانی پوده، حسین، پاشایی هولاسو، امین. (۱۳۹۹). تدوین الگوی فرماندهی شهید قاسم سلیمانی. فصلنامه مدیریت اسلامی، س ۲۸، ش ۲: ۱۳-۳۷.
- رازینی، روح‌الله و عزیزی، مهدی. (۱۳۸۴). طراحی الگوی تصمیم‌گیری با رویکرد اسلامی. فصلنامه مدیریت اسلامی، س ۲۳، ش ۴: ۷۳-۱۰۰.
- رزاقی، سمیه. (۱۳۹۶). ارزیابی امکان تشکیل منطقه بهینه پولی بین کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، به راهنمایی: بهزاد سلمانی، دانشگاه تبریز، دکتری اقتصاد.
- رشیدی مصطفی و افشین متقی. (۱۳۹۴). جغرافیا، برساخت‌گرایی و تبیین برساخت‌گرایانه ژئوپلیتیک (معرفی رویکرد برساخت‌گرا)، فصلنامه جغرافیا و توسعه، ش ۳۹ دوره ۱۳.
- زارعی، سعیدالله. (۱۳۹۸). کنکاشی مقدماتی در مکتب سلیمانی، فصلنامه مطالعات راهبردی جهان اسلام، س ۲۰، ش ۱: ۵ - ۲۵.
- زمانی، حمیده؛ عطرکار روشن، صدیقه؛ شیرین بخش، شمس‌الله. (۱۳۹۴). بررسی عوامل تأثیرگذار بر تجارت دوجانبه کشورهای منتخب بازار مشترک اسلامی با رویکرد مدل جاذبه، به راهنمایی صدیقه عطرکار روشن، دانشگاه الزهرا (س)، کارشناسی ارشد اقتصاد.
- زینوند لرستانی، م‌صیب. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر بحران سوریه بر همبستگی محور مقاومت اسلامی ایران، سوریه، لبنان، عراق، فلسطین (۲۰۱۱-۲۰۱۵)، به راهنمایی: اکبر غفوری، دانشگاه یزد، کارشناسی ارشد علوم اجتماعی.
- طاهری، مرتضی؛ عارفی، محبوبه؛ پرداختچی، محمدحسین و قهرمانی، محمد. (۱۳۹۳). کاوش فرایند توسعه

