

الگوی مبنایی گفتمان کاوی استراتژی صنعت خودرو در شرایط تحریم

مجله علمی پژوهش در مدیریت و مطالعات اجتماعی (سال چهارم)
شماره ۱۴ / زمستان ۱۳۹۷ / ص ۱۷-۱

مژگان حمیدی بیناباج^۱

نویسنده مسئول:

مژگان حمیدی بیناباج

چکیده

مساله اصلی پژوهش گفتمان کاوی استراتژی های صنعت خودرو در شرایط تحریم اقتصادی در بازه زمانی ۱۳۹۴-۱۳۹۰ است. از آنجا که در زمینه تاثیر تحریم ها در حوزه صنعت خودرو تحلیل جامعی با توجه به شرایط بومی کشورمان وجود ندارد، از روش تئوری مبتنی بر داده ها برای نظریه پردازی و شناسایی ابعاد مدل استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش مدیران صنعت خودرو در بخش های مختلف، متخصصان، کارشناسان مرتبط و تحلیل گران اقتصادی می باشند. اطلاعات مورد نیاز با روش مصاحبه گردآوری شده و حجم نمونه براساس اشباع تئوریک تعیین گردید. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات گردآوری شده از نرم افزار اطلس استفاده شده و پس از طی مراحل سه گانه کدگذاری الگوی بنیادی مبتنی بر رویکرد اشتراوس و کوربین ارائه شد. در نهایت استراتژی ها و عوامل اثرگذار بر الگوی صنعت خودرو در شرایط تحریم در قالب مدلی ارائه شده است. مدل استخراج شده دربرگیرنده عواملی نظیر؛ تحریم اقتصادی صنعت خودرو (مقوله محوری)، روند مذاکرات و مشکلات داخلی صنعت (شرایط علی)؛ مشکلات تامین مالی و سیاست های چندگانه (عوامل زمینه ای) و سیاست های تعدیلی و عدم وجود استانداردهای بین المللی (عوامل مداخله گر)، ادغام شرکت ها، شرکای جدید، استراتژی های جدید وارداتی و حمایت های دولتی (استراتژی ها) و خودکفایی، افزایش هزینه ها، کاهش تولید و رکود در صنعت (پیامدها) است.

واژگان کلیدی: استراتژی، تحلیل گفتمان، صنعت خودرو، تحریم، نظریه داده بنیاد.

۱- مقدمه

تحریم ها از دیرباز ابزاری معمول و مسالمت آمیز در تعامل دولت ها به شمار می آمدند، از دهه ۹۰ میلادی، تحریم های اقتصادی به عنوان تقابل سیاسی رایج میان کشورها و همچنین ابزاری برای نیل به اهداف و ارتقای منافع سیاست خارجی مطرح شده اند. اولین پیاده سازی شناخته شده تحریم اقدامات تنبیهی یک کشور مقابل کشور دیگر در ۴۳۲ سال قبل از میلاد بود (کوژانو، ۲۰۱۱). تحریم های اقتصادی امریکا علی ه ایران یکی از ویژگی های اصلی روابط امریکا و ایران از سال ۱۹۷۹ بوده است (کاتزمن، ۲۰۱۵). با توجه به اینکه کشورهای حاشیه خلیج فارس دو سوم ذخایر نفت و گاز جهان را در اختیار دارند، امریکا حفظ سلطه خود بر این کشورها را از نظر استراتژیک بسیار مهم دانسته و همواره به آن توجه دارد، اما ایران در سال ۱۹۷۹ (همزمان با تأسیس جمهوری اسلامی ایران) این امر را مورد نقد و اعتراض قرار داد (کازرونی و همکاران، ۱۳۹۵). در نتیجه، با توجه به اختلافات استراتژیک با امریکا به منظور تغییر رفتار، از یکسو دولت ایران تحت آماج تحریم های متعدد امریکا، سازمان های بین المللی و برخی کشورهای دیگر قرار گرفته (که از آن زمان تاکنون، کمابیش به شکل های مختلف ادامه دارد (توربات، ۲۰۰۵) و از سوی دیگر، از سال ۲۰۰۵ با وجود تمایل اتحادیه اروپا^۱ به گسترش همکاری سازنده با ایران، نگرانی های جدی درباره برنامه هسته ای ایران، روابط ایران و اتحادیه اروپا را تحت تأثیر قرار داد. افزایش نگرانی ها درباره مسائل حل نشده و خودداری ایران از اجرای تعهدات بین المللی و همکاری کامل با آژانس بین المللی انرژی اتمی^۲، موجب وضع قطعنامه های شورای امنیت سازمان ملل متحد^۳ در سالهای ۲۰۰۶، ۲۰۰۷، ۲۰۰۸ و ۲۰۱۰ و اعمال تحریم علی ه ایران شد، که اجرای آن برای تمام کشورهای عضو الزام آور است. تفاوت عمده تحریم های فعلی اعمال شده توسط شورای امنیت سازمان ملل و آنهایی که در طول جنگ اعمال شده اند، این است که تحریم های فعلی در برخی موارد توسط جامعه بین المللی حمایت شده و فشار بیشتری بر اقتصاد ایران وارد می کند. بر این اساس، مسأله تحریم به پدیده های درون زا در اقتصاد ایران تبدیل شده، که در سه دهه گذشته با افت و خیزهای متعددی همراه بوده است (کازرونی و همکاران، ۱۳۹۵).

در زمانی که تحریم های ناعادلانه اقتصاد ایران را با تکانه ها و مشکلات زیادی روبرو می کند، صنعت خودرو بزرگترین صنعت پس از نفت نیز در این میان با مشکلات زیادی مواجه است و با اعمال تحریم ها افت و خیزهای زیادی را تجربه می کند. از اینرو در این پژوهش تاثیر تحریم ها در صنعت خودرو، استراتژی هایی خودروسازان در مواجهه با تحریم، شرایط علی، مداخله گر و زمینه ای و پیامدهای صنعت خودرو را بررسی می کنیم. در این پژوهش از دیدگاه مدیران خودروسازی وزرا، اساتید دانشگاه، کارشناسان حوزه صنعت، تاثیرات بررسی شده تا بتوانیم تحلیل نهادی و مبسوطی در این صنعت ارائه نماییم. با توجه به کمبود منابع در زمینه تحریم صنعت خودرو، از روش تئوری مبتنی بر داده ها برای نظریه پردازی و شناسایی ابعاد مدل استفاده شده است. بنابراین، در این مطالعه با تکیه بر نظریه داده بنیاد اثرات تحریم های اقتصادی بر استراتژی های صنعت خودروی ایران در دوره ۱۳۹۴-۱۳۹۰ بررسی می شود. این مقاله در ابتدا به تحلیل مبانی نظری و سپس مطالعات تجربی در زمینه موضوع اشاره می کند. در ادامه سؤال ها و روش پژوهش را بیان کرده و در آخر هم، به یافته ها و نتیجه گیری می پردازد.

۲- مبانی نظری

تحریم، سلاحی اقتصادی در میدان مبارزه غیرنظامی است که دیپلماسی را از گفتگو فراتر برده برده و وارد عمل می کند (ایلر، ۲۰۰۷). نهاد تحریم کننده ممکن است دولت یک یا چند کشور مانند امریکا و یا یک سازمان بین المللی مانند سازمان ملل باشد. کشور هدف، کشوری است که مستقیماً مورد اعمال سیاستهای تحریم واقع می شود و منظور از اهداف سیاست خارجی نیز، تغییر رفتارهای سیاسی کشور هدف است که کشور تحریم کننده به طور صریح یا ضمنی در پی آن است (هافبایر و همکاران، ۲۰۰۷).

در ادبیات تحریم، به طور معمول تحریم های اقتصادی به دو گروه منفی و مثبت تقسیم می شوند. تحریم های اقتصادی منفی به مثابه بهترین ابزارهای اقتصادی با هدف ضربه اقتصادی به یک یا چند کشور استفاده شده و تحریم های اقتصادی مثبت نیز مشوقی برای همکاری های بین

1_European Union

2_International Atomic Energy Agency

3_UN Security Council

کشوری تلقی می شود. در این بین، تحریم های اقتصادی منفی با توجه به پیامدهایی که برای کشورهای تحریم شده به دنبال دارد (مانند کاهش درجه یکپارچگی با اقتصاد جهانی) از اهمیت بیشتری برخوردار است. در یک چارچوب دیگر، تحریم اقتصادی را می توان از منظر تعداد کشورهای تحریم کننده بررسی کرد. بر این اساس، تحریم های اقتصادی به دو قسمت تحریم های یکجانبه و چندجانبه تقسیم می شوند (کاریوسو، ۲۰۰۳).

داگسی (۱۹۸۰)، تحریم اقتصادی را به چهار نوع تقسیم می کند:

۱. کنترل و محدودسازی تجاری.
۲. معلق ساختن کمک ها و حمایت های تکنولوژیکی.
۳. مصادره اموال و دارایی های کشورهای هدف تحریم.
۴. ممنوعیت لیستی از شرکت های کشورهای هدف برای تجارت با کشور اعمال کننده.

تحریم اقتصادی از نظر اهدافی که این تحریم ها دنبال می کنند، در سه قالب طبقه بندی می شود:

تحریم واردات^۱ که در آن واردات یک یا چند کالای کشور هدف از سوی کشور یا کشورهای تحریم کننده محدود و ممنوع شده و در این روش، تقاضا برای تولیدات کشور هدف محدود می شود. چنین اقداماتی به دنبال محدود ساختن توان کشور هدف برای کسب درآمدهای ارزی و در نهایت، کاهش توانایی تأمین کالاهای مورد نیاز اعمال می شود. همچنین، این نوع تحریم با هدف ضربه اقتصادی به یک صنعت خاص و یا بخشی از کشور هدف انجام می شود. یکی از نقاط ضعف این گونه تحریم ها این است که کشور هدف می تواند با یافتن بازارهای جایگزین برای محصولات خود یا فروش آنها از طریق کشور و اشخاص ثالث، تحریم ها را دور بزند. نوع دیگر تحریم ها، تحریم صادرات^۲ است که در آن، صادرات کالاهای خاص به کشور هدف از سوی کشورهای تحریم کننده ممنوع و محدود می شود. در این نوع تحریم، مصرف کنندگان کشور هدف باید قیمت های بالاتری بپردازند و تولیدکنندگان کشور فرستنده قیمت های پایین تری دریافت می کنند (گالیارد، ۲۰۱۳). این نوع تحریم، یکی از معمولترین تحریم ها محسوب می شود. نوع سوم تحریم ها، تحریم های مالی است که در آن، امکان وام دهی و سرمایه گذاری در کشور هدف محدود می شود. این نوع تحریم ها محدودیت های بیشتری بر پرداخت های بین المللی اعمال می کنند، تا راه گریز از اثرات تحریم^۳ اعمال شده را سد کنند (کاریوسو، ۲۰۰۳). علاوه بر این، دارایی های خارجی کشور هدف نیز ممکن است فریز^۴ شود (کازرونی و همکاران، ۱۳۹۵).

صنعت خودرو به موجب ارتباطات پیشین و پسین خود با سایر صنایع، می تواند نیروی محرکه قوی و محوری در توسعه صنعتی یک کشور باشد. تجربه کشورهایی که رشد و توسعه صنعت خودرو را در فرآیند رشد و توسعه صنعتی خود به عنوان محور استراتژی (استراتژیک) قرار داده اند، نشان می دهد که پژوهشات و سرمایه گذاری های انجام شده در صنعت خودرو و حرکت چرخ های این صنعت می تواند بر چرخش و حرکت سایر صنایع تاثیر گذارده و آخرین یافته های فن آوری را در مقیاس وسیع و اقتصادی به خدمت گیرد و خودباوری را در مدیریت صنعتی به ارمغان آورد (احمدوند، ۱۳۸۲).

حیات صنعت خودرو در کشور را می توان به سه دوره اول (۱۳۳۶-۱۳۵۷) و دوره دوم (۱۳۵۷-۱۳۶۹) و دوره سوم (۱۳۶۹ به بعد) طبقه بندی کرد. شکل گیری این صنعت در دوره اول با تاسیس کارخانه های مونتاژ و تولید قطعات در حد محدود مشخص می شود. در دوره دوم، به علت سرمایه گذاری پایین ناشی از جنگ ایران و عراق و تحریم های اقتصادی، با دوره نزول این صنعت روبرو هستیم. عمده تحولات چشمگیری که در این صنعت به وقوع پیوسته در دوره سوم بوده است. طی این سالها مرکز پژوهشات و نوآوری خودرو، مراکز طراحی و مهندسی ساپکو و

1. Boycotts

2. Embargo

3. Sanction-busting

4. Freeze

سازه گستر با هدف تامین و تدارک قطعات و ارتقای سازندگان و تولید بهنگام، تضمین کیفیت و تایید قطعات و شرکت مگا موتور با هدف ساخت و خودکفایی کامل موتور، گیربکس و اکسل با استفاده از امکانات سازندگان داخلی تاسیس شدند. در سال ۱۳۸۷، کلیه خودروسازان عمومی در دو گروه ایران خودرو و سایپا ادغام شدند که عمده سهام (حدود ۴۰ درصد) آنها متعلق به سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران است (حکیمیان، ۱۳۸۴).

بررسی ها نشان می دهد که طی سال های اخیر، سهم صنعت خودرو در تولیدات صنعتی کشور روندی فزاینده داشته است. وجود پیوندهای پسین و پیشین قوی بین این صنعت و همچنین فرصت های شغلی موجود و بالقوه نشان از اهمیت این صنعت در مجموع صنایع کشور است. بنابراین شناخت وضعیت این صنعت حائز اهمیت است (رضوی و همکاران، ۱۳۹۲).

۳- پیشینه تجربی

پژوهش کمی با مطالعه گسترده ی متون مربوط شروع می شود، زیرا از طریق پژوهشگر به دنبال ایجاد مدل و آزمون فرضیه است. اما ماهیت اکتشافی پژوهش کیفی سبب می شود که مرور متون اهمیت خود را از دست بدهند، تا جایی که حتی برخی صاحب نظران بیان می کنند که در ابتدای پژوهش نباید هیچ گونه مرور بر ادبیات صورت گیرد. با این حال مرور متون در پژوهش کیفی هم مزایایی به همراه دارد. برای مثال از این طریق در مورد موضوعاتی که مطالعه شده و نشده اند اطلاعاتی به دست می آید که این اطلاعات به ایجاد سوالات مناسب کمک می کند. با این وجود، پژوهش گر نباید تحت تاثیر داده های موجود قرار گیرد و بایستی طبیعت اکتشافی پژوهش کیفی را در ذهن داشته باشد (فلیک، ۱۳۸۸ و ادیب حاج باقری، ۱۳۸۶).

با این حال بررسی های صورت گرفته نشان می دهد که تحلیل گفتمان تحریم های صنعت خودرو به روش تئوری مبتنی بر داده ها تاکنون صورت نپذیرفته است ولی ما پژوهشاتی که در زمینه تحریم و گفتمان کاوی انجام شده و تا حدودی با موضوع پژوهش ما در ارتباط هستند را بررسی می کنیم.

نظریه تحریم اولین بار توسط گالتونگ (۱۹۷۶) و برای اظهار نارضایتی و بازداشتن برخی رفتارهای کشور، مطرح شد. سپس، چن (۲۰۰۰)، این نظریه را گسترش داد. به اعتقاد وی، تحریم روشی برای ارسال پیام به کشورهای دیگر است، که باید رفتار مشابهی با کشور تحریم کننده داشته باشند.

آموزگار (۱۹۹۷)، در مطالعه ای نشان داد تحریم های امریکا نتایج قابل انتظاری به همراه نداشته، زیرا هیچگونه تغییری در مواضع ایران مشاهده نمی شود.

علی خانی (۲۰۰۰)، تأثیر تحریم ها علیه ایران را از نظر سیاسی و تاریخی مشاهده و بررسی کرده و معتقد است اثرپذیری و نفوذ چنین سیاستی بر ایران با شکست مواجه شده است.

لیندرمن و دیگران (۲۰۰۷)، نیز به بررسی ابعاد تحریم اقتصادی ایران توسط کشورها و نهادهای بین المللی پرداخته و در نهایت نشان می دهند تحریم ها از مسیر کانال هایی نظیر قرارداد کشتی ها، قرارداد بیمه و نهادهای مالی تأثیر معناداری بر کسب و کار ایران داشته و در پی آن، تجارت خارجی ایران را به طور جدی تحت تأثیر قرار می دهد.

کاتزمن (۲۰۱۵)، در گزارشی با عنوان «تحریم های ایران»، به تحلیل تأثیر تحریم اقتصادی بر بخش نفت و سرمایه گذاری در ایران پرداخته و نشان می دهد تحریم در سه دهه گذشته، تأثیر زیادی بر تولید و سرمایه گذاری، به خصوص در بخش نفت در ایران داشته است.

کازرونی و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی به بررسی اثر تحریم های اقتصادی بر ترکیب شرکای عمده تجاری ایران در دوره زمانی ۱۳۹۲-۱۳۷۱ پرداخته است. در این پژوهش، کشورهای مورد بررسی (با استفاده از روند سهم تجارت ایران با آنها)، به دو گروه کشورهایی با روند نزولی تجارت با ایران (کشورهای گروه اول) و کشورهایی با روند تجارت صعودی با ایران (کشورهای گروه دوم) تقسیم شده اند. براساس نتایج

برآورد مدل در این دو گروه، اجرای تحریم های اقتصادی قوی موجب کاهش تجارت ایران با کشورهای گروه اول هم در دوره اجرای تحریم و هم دوره بعد از آن شده، اما تجارت با کشورهای گروه دوم تنها در دوره اجرای تحریم کاهش یافته است.

خلیلی شجاعی و خداداد حسینی (۱۳۹۱)، در پژوهشی، به ارائه مدل برندسازی یکپارچه با رویکرد جهانی شدن بازار با استفاده از تئوری مفهوم سازی بنیادی پرداخته اند، که در این پژوهش، صنعت خودرو ایران به عنوان نمونه انتخاب شده است. در این پژوهش مدل استخراج شده دربرگیرنده عواملی نظیر استراتژی بازاریابی یکپارچه (شرایط شرطی)، ارزش ویژه شناسه (مقوله مرکزی)، (ارتباطات یکپارچه شناسه)، زمینه (تعهد ذینفعان)، شرایط مداخله گر، التزام و تعهد مشتریان (عملکرد و تعامل) و برندسازی (پیامد) است.

۴- سؤال های اساسی پژوهش

سوال اصلی:

الگوی مبنایی تحلیل گفتمان استراتژی های صنعت خودرو در شرایط تحریم اقتصادی چیست؟

سوال های فرعی:

شرایط علی موثر بر تحریم اقتصادی در صنعت خودرو کدام است؟

مقوله محوری با توجه به شرایط تحریم چیست؟

استراتژی های اتخاذ شده در شرایط تحریم اقتصادی کدامند؟

عوامل زمینه ای و مداخله گر تاثیرگذار بر استراتژی ها چه هستند؟

نتایج و پیامدهای ناشی از اجرای استراتژی ها کدامند؟

همان طور که ملاحظه می شود، پرسش های فوق هدف های پژوهش را نیز تبیین می کنند، زیرا سؤال اساسی فوق، محور اصلی مطالعه را تشکیل می دهد.

۵- روش شناسی

۵-۱ روش گردآوری داده ها

از آنجا که یکی از شیوه های مرسوم گردآوری داده های نظری، مصاحبه است، در این پژوهش از مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شده و همچنین اسناد و مدارک موجود در این زمینه بررسی شده اند. با توجه به اینکه اسناد و مدارک و نسخه های چاپی برای پژوهش تولید نشده اند، می توان از آنها و اطلاعاتی که در آنها وجود دارند برای مقاصد پژوهشی استفاده کرد (فلیک، ۱۳۸۸).

نوع پژوهش	استراتژی پژوهش	روش گردآوری داده ها	جامعه آماری	روش نمونه گیری	حجم نمونه
به لحاظ هدف	به لحاظ نتیجه	به لحاظ رویکرد			
بنیادی و کاربردی	اکتشافی	کیفی	رؤسا و مدیران عامل و مشاوران صنعت خودرو؛ وزرا و نمایندگان مجلس و کارشناسان حوزه بازار و سرمایه گذاری	ترکیبی از نمونه گیری هدفمند، در دسترس، نظری و گلوله برفی	۶۵ مورد

۵-۲ روش نمونه گیری و حجم نمونه

در پژوهشات کیفی برای نمونه گیری چندین روش مطرح می شود: نمونه گیری در دسترس، نمونه گیری هدفمند (قضاوتی و سهمیه ای)، نمونه گیری گلوله برفی و نمونه گیری نظری (دانایی فر و همکاران، ۱۳۸۳؛ حاج باقری و همکاران، ۱۳۸۶). در این پژوهش تلفیقی از این روش ها ی نمونه گیری به کار گرفته شد؛ یعنی در آغاز نمونه های در دسترس مورد مطالعه قرار گرفتند، سپس با توجه به اطلاعاتی که از آنها بدست آمدند نمونه های بعدی با توجه به میزان آگاهی بخشی نمونه ها، انتخاب شدند.

در رویکرد کیفی که بر عمق بیشتر از دامنه تاکید می کند؛ معیاری که تعداد نمونه را تعیین می کند "اشباع نظری" است (هومن، ۱۳۸۵؛ حاج باقری و همکاران، ۱۳۸۶). در این پژوهش، بعد از کدگذاری مصاحبه شماره ۱۹، تعداد کدهای جدید روندی کاهشی به خود گرفت و از مصاحبه ۳۴ به بعد، کد متفاوتی اضافه نشد، به این صورت که مصاحبه های جدید نتوانستند به آگاهی بخشی بیشتر پژوهش کمک کنند. با این حال برای افزایش اعتبار و دقت پژوهش ۱۲ مصاحبه دیگر نیز وارد تحلیل شدند. در کل با توجه به محدودیت ها و شرایط موجود، تعداد نمونه ها ۶۵ مورد شد. این تعداد شامل ۴۰ مصاحبه با رؤسا و مدیران عامل و مشاوران صنعت خودرو، ۸ مصاحبه با وزرا و نمایندگان مجلس و ۱۲ مصاحبه با کارشناسان حوزه بازار و سرمایه گذاری در صنعت خودرو، است.

۵-۳ استراتژی پژوهش (روش تجزیه و تحلیل داده ها)

در این پژوهش از استراتژی تحلیل داده بنیاد استفاده شده است. تئوری مبتنی بر داده ها، نوعی روش پژوهش کیفی بوده که به دنبال ایجاد نظریه است. نظریه ای که ریشه در داده های مفهومی دارد و براساس جمع آوری و تحلیل نظام مند آنها تولید شده است. رویه های تئوری بنیادین طراحی شده اند تا مجموعه ای از مفاهیم منسجمی را توسعه دهند که تبیین تئوری کاملی از مقوله اجتماعی مورد مطالعه ارائه می دهند (کوربین و استراوس، ۱۹۹۰). در این روش، به جای تمرکز بر رویکرد قیاسی از رویکرد استقرایی در تئوری سازی بهره می گیرد. اصل اساسی این روش، حرکت از سمت داده به سمت تئوری است (خلیلی شجاعی، خداداد حسینی، ۱۳۹۱). داده های جمع آوری شده در این روش سیر تکاملی خود را تا منتج شدن به تئوری در قالب جدول ها طی می کنند. ابتدا نکات کلیدی داده ها احصاء شده و یک کد برای هر نکته تعیین می شود سپس با مقایسه کدها، چند کد که به یک جنبه مشترک مقوله مورد بررسی اشاره دارند، عنوان یک مفهوم را به خود گرفته و پس از آن، چند مفهوم به صورت یک مقوله و سرانجام چند مقوله در قالب یک تئوری متجلی می شود (گلاس، ۲۰۰۳). این روش فرآیندی خلاق است که تدوین یک نظریه جدید را تسهیل می کند. به همین دلیل، این رویکرد بیشتر هنگامی مناسب است که دانش کافی درباره یک موضوع وجود نداشته باشد (ایگن، ۲۰۰۲). به منظور تحلیل داده ها از نرم افزار اطلس استفاده شد. این نرم افزار برای تحلیل های مبتنی بر کدگذاری و به خصوص برای روش نظریه داده بنیاد مناسب است (فلیک، ۱۳۸۸؛ اسمیت، ۱۳۸۴).

۶- یافته ها

۶-۱ کدگذاری در داده بنیاد

کدگذاری باز: در این مرحله، نمونه گیری باید به حدی وسیع انجام شود تا پژوهشگر قادر به کشف مفاهیم در موقعیت باز باشد. در اصل پژوهشگر باید به کدگذاری هر رویداد جالب، توجه کند. ممکن است از درون یک مصاحبه کدهای زیادی استخراج شود اما وقتی داده ها به طور مرتب مورد بازنگری قرار می گیرند کدهای جدید احصا و کدهای نهایی مشخص می شوند. کدگذاری باز بر مفهوم داده ها به عنوان ابزار تعیین مقوله های مربوط و مناسب استوار است. هدف این مقاله تحلیل گفتمان استراتژی های صنعت خودرو در شرایط تحریم اقتصادی است. در این پژوهش، کدهای استخراج شده از مصاحبه وارد نرم افزار اطلس شده در مرحله کدبندی اولیه ۳۴۰ مفهوم، از بررسی مصاحبه ها بدست آمده، در کدبندی سطح دوم یا متمرکز از معنادارترین یا فراوان ترین کدهای اولیه برای غربال کردن و تقلیل میزان زیادی از داده ها استفاده شده، که با مراجعه به شرح واره های هر کد و مقایسه کدها با همدیگر کدهای متداخل و مشابه را شناسایی کرده و با تعیین و مرتب کردن کدها یا مفاهیم، کدهای مشابه و مشترک را در قالب یک مقوله ی واحد قرار داده ایم. مقوله به مفاهیم سطح بالاتری از انتزاع گفته می شود که از مجموعه ای از مفاهیم سطح پایین براساس ویژگی های مشترک آنها ساخته می شود (محمدپور، ۱۳۹۲). در این مرحله ۶۰ مفهومی که از کدبندی سطح اول حاصل شد پس از غربال کردن و شناسایی کدهای متداخل و مشابه، این مفاهیم به ۲۹ مقوله عمده تقلیل پیدا کردند. نتایج فرآیند کدگذاری باز این پژوهش در قالب مقوله های استخراج شده از مفاهیم در جدول (۲)، آورده شده است.

جدول (۲) مقوله های استخراج شده از مفاهیم

ردیف	مفهوم	مقوله
۱	کاهش ظرفیت تولید خودروسازان کوچک	ادغام خودروسازان کوچک
	عدم تنوع محصولات خودروسازان	
	مشکلات مالی خودروسازان کوچک	
	ادغام واحدهای کوچک و زیانده	
۲	قطع رابطه خودروسازهای اروپایی، رنو و پژو	شرکای تجاری جدید
	ورود و حضور بیشتر شرکت های چینی	
۳	عدم تناسب قیمت و کیفیت خودرو	فشار افکار عمومی برای کاهش قیمت
	تبدیل شدن خودرو به کالایی لوکس	
۴	توجه به نحوه مدیریت صنعت	توجه به نحوه مدیریت صنعت
	بی توجهی به انتظارات مصرف کننده	
	عدم تناسب قیمت و کیفیت خودرو	
۵	کاهش بهره وری صنعت خودرو	ایجاد برنامه هایی برای افزایش کارایی
	تحریم مانع اقدام همکاری های مشترک	
۶	تضعیف بزرگترین صنعت پس از نفت	کاهش رقابت پذیری صنعت خودرو
	افزایش سیاست های حمایتی دولت	
۷	ایجاد وابستگی در صنعت خودرو	ایجاد وابستگی در صنعت خودرو
۸	افزایش هزینه نقل و انتقال پول	ایجاد هزینه واسطه گری صنعت خودرو
۹	آشکار شدن ضعف مدیریت پس از تحریم	مدیریت ضعیف صنعت خودرو
	عدم رضایت مردم از خودروها	
	عدم تحویل به موقع خودرو	
۱۰	ایجاد هزینه اضافی دور زدن تحریم ها	ایجاد هزینه های اضافی حمایتی، نظارتی برای دولت
	ایجاد هزینه های حمایتی برای دولت	
	ایجاد هزینه های نظارتی برای دولت جهت تسهیلات ارائه شده	

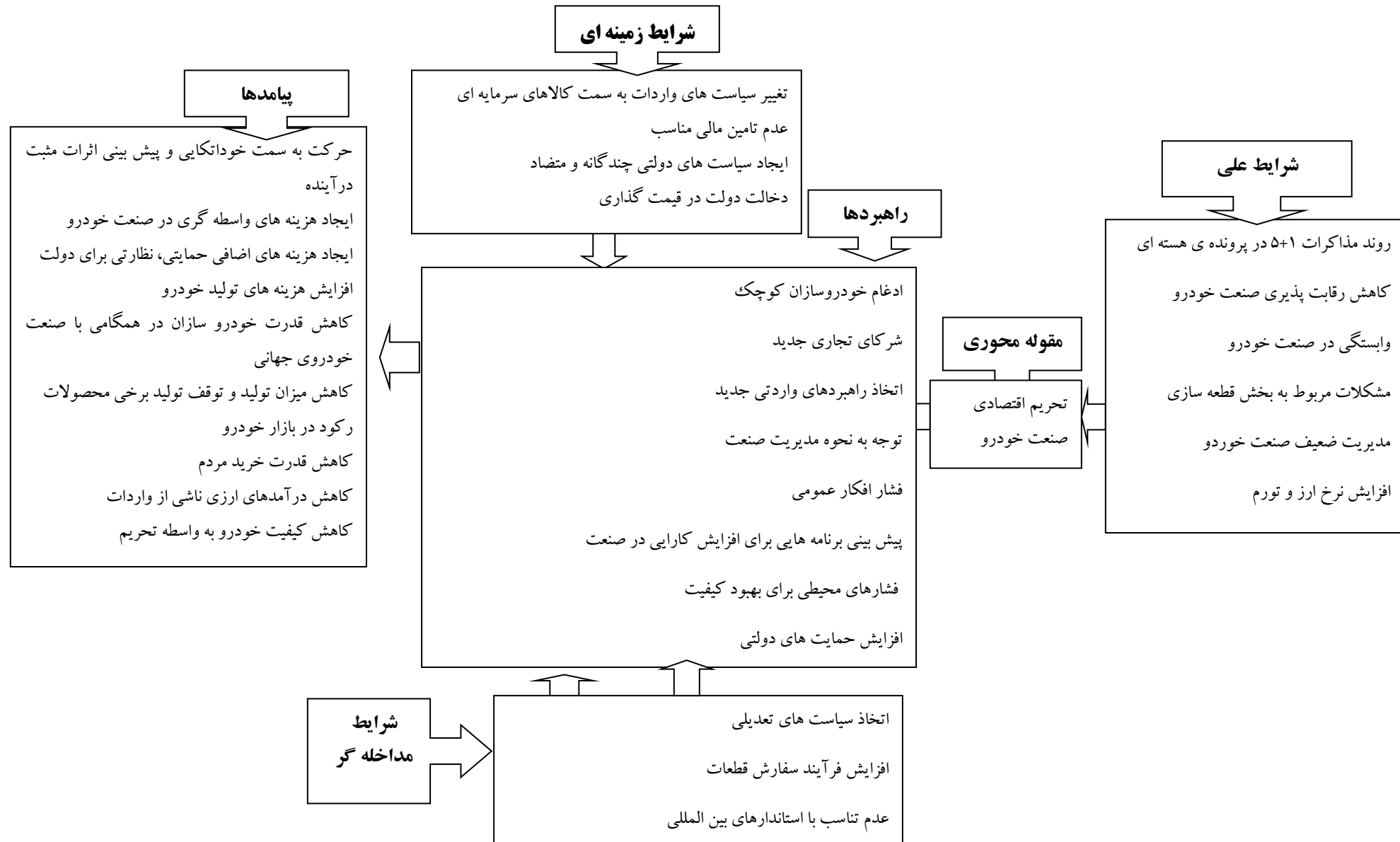
افزایش نرخ ارز و تورم	افزایش نرخ ارز	۱۱
	افزایش نرخ تورم	
افزایش هزینه های تولید خودرو	افزایش قیمت مواد اولیه	۱۲
	کمبود قطعات	
	کمبود نقدینگی	
تحریم اقتصادی صنعت خودرو	فشار دولتها برای کاهش روابط	۱۳
	ایجاد فشارهای محیطی بر اقتصاد ایران	
	وارد کردن شوک به اقتصاد ایران	
	کاهش قدرت چانه زنی خودروسازها با طرفهای خارجی	
	ایجاد وابستگی در صنعت	
	انزوای صنعت خودرو	
	به تعویق انداختن توسعه صنعت خودرو	
تغییر سیاست های واردات به سمت کالاهای سرمایه ای	توقف واردات قطعات	۱۴
	افزایش واردات کالاهای سرمایه ای	
عدم تامین مالی مناسب	عدم دسترسی به منابع مالی بین المللی	۱۵
	عدم دسترسی به وام های بانکی	
ایجاد سیاست های دولتی چندگانه و متضاد	عدم واگذاری اصولی واحدهای تابعه	۱۶
	سیاسی کاری و ایجاد هزینه اضافی	
دخالت دولت در قیمت گذاری	سردرگمی مسولان در قیمت گذاری	۱۷
حرکت به سمت خوداتکایی و پیش اثرات مثبت در آینده	حرکت به سمت خودکفایی	۱۸
	انعطاف پذیر شدن صنعت خودرو	
	پیش بینی اثرات مثبت و سازنده در بلند مدت	
کاهش قدرت خودرو سازان در همگامی با صنعت خودروی جهانی	تهدید تکنولوژی های سامانه مدیریت هوشمند خودروها	۱۹
رکود در بازار خودرو	تعویق خرید به لغو تحریم	۲۰
	کاهش تقاضا در بازار	
تمایل خودروسازان به افزایش قیمت	کاهش ظرفیت تولید خودرو	۲۱
	ایجاد انتظارات منطقی تر از صنعت خودرو	
کاهش قدرت خرید مردم	تبدیل شدن خودرو به کالایی لوکس	۲۲
کاهش درآمدهای ارزی	کاهش صادرات بواسطه تحریم	۲۳
کاهش کیفیت خودرو به واسطه تحریم	افت کیفیت خودرو	۲۴
	عدم تناسب قیمت و کیفیت خودرو	
اتخاذ سیاست های تعدیلی	تعدیل تعداد زیادی از نیروهای کارگری	۲۵
	اخراج بخشی از نیروهای کار بواسطه کاهش ظرفیت تولید	
تعطیلی برخی از خطوط تولید	کاهش ظرفیت های تولیدی	۲۶
	تعطیلی برخی از خطوط تولید	
افزایش فرآیند سفارش قطعات	سفارش غیرمستقیم قطعات	۲۷
عدم تناسب با استانداردهای بین المللی	فقدان تکنولوژی تولید قطعات	۲۸
	نبود استانداردهای اولیه	۲۹

کدگذاری محوری^۱: مرحله دوم کدبندی داده ها به کدبندی محوری مرسوم است. در این مرحله، مقوله ها به صورت یک شبکه با هم در ارتباط قرار می گیرند. یافتن کدهای مشترک و مقوله بندی محوری نیز مستلزم استفاده از روش مقایسه ی ثابت است. در این مرحله نظریه به تدریج ظهور می یابد (شریبر، ۲۰۰۱؛ نیومن، ۲۰۰۶). در این مرحله، کدهای اولیه به علت تعداد فراوان آنها به کدهای ثانویه تبدیل می شوند (کدهای اولیه در قالب طبقه های مشابه قرار می گیرند) و چند کد ثانویه تبدیل به یک کد مفهومی می شود.

کدگذاری گزینشی^۲: در این مرحله نظریه تقریباً به استحکام رسیده و محقق بعد از انجام برخی اصلاح های نظری ممکن، با مقوله های اندکی سروکار دارد. فرآیند نظریه سازی زمینه ای در مرحله کدبندی گزینشی تقریباً به اتمام می رسد. در این مرحله، محقق با اندکی از مقوله های انتزاعی به تدوین نظریه پرداخته و نیازی به کدبندی داده های جدید ندارد. مقوله های مورد استفاده به لحاظ نظری اشباع شده اند و هر کدام براساس مفاهیم کدبندی شده ی مرحله اول و دوم به صورت منطقی در کنار یکدیگر قرار گرفته اند. سپس، محقق باید مقوله ی هسته را انتخاب کند (محمدپور، ۱۳۹۲). همانطور که اشاره شد در این پژوهش، استراتژی های صنعت خودرو در شرایط تحریم، بررسی و موشکافی شده و با توجه به سه مرحله کدبندی مدل نهایی به صورت زیر بر اساس مدل اشتراک و کوربین (۱۹۹۸)، استخراج شده است.

1 . Axial Coding

2 . Selective Coding



شکل (۱): مدل نهایی پژوهش در قالب پارادایم کدگذاری

۶-۲ بررسی مدل

مؤلفه محوری^۱: در مجموع از ۶۵ مفهوم ایجاد شده، ۷ مفهوم در قالب ۱ مقوله در کدگذاری گزینشی جزء مقوله محوری قرار گرفته است. مقوله ای محوری است، که همواره در داده های جمع آوری شده، مشاهده شود و سایر مقوله های اصلی دیگر به آن مرتبط شوند (اشتراس و کوربین، ۱۹۹۸). در این پژوهش "تحریم اقتصادی صنعت خودرو" به عنوان مقوله ی محوری در مرکزیت سایر مقوله ها در الگوی پارادایم ارائه شده قرار گرفت، که شامل هفت مقوله فرعی؛ فشار دولتها برای کاهش روابط، ایجاد فشارهای محیطی بر اقتصاد ایران، وارد کردن شوک به اقتصاد ایران، کاهش قدرت چانه زنی خودروسازها با طرفهای خارجی، ایجاد وابستگی در صنعت، انزوای صنعت خودرو، به تعویق انداختن توسعه صنعت خودرو، است.

شرایط علی^۲: شرایطی که مقوله اصلی را تحت تأثیر قرار می دهند و شامل مواردی می شود که به وقوع یا رشد و گسترش پدیده اصلی می انجامند، به عبارتی دیگر، رویدادهای هستند که موقعیت ها، مباحث و مسائل مرتبط با مقوله محوری را خلق و تا حدی تشریح می کنند؛ از مجموع ۶۰ مفهوم استخراج شده، ۱۶ مفهوم در قالب ۷ مقوله به عنوان شرایط علی قلمداد شدند که شامل؛ روند مذاکرات ۵+۱ در پرونده ی هسته ای، کاهش رقابت پذیری صنعت خودرو، وابستگی در صنعت خودرو، مشکلات مربوط به بخش قطعه سازی، مدیریت ضعیف صنعت خودرو، افزایش نرخ ارز و تورم، است.

شرایط زمینه ای (محیط)^۳: شرایط ویژه ای که استراتژی را تحت تأثیر قرار می دهند. به عبارت دیگر، شرایطی که استراتژی ها و اقدامات تحت آن، به اداره مقوله اصلی می پردازند (زمینه ذهنی فرد). در این پژوهش، ۷ مفهوم در قالب ۴ مقوله؛ تغییر سیاست های واردات به سمت کالاهای سرمایه ای، عدم تامین مالی مناسب، ایجاد سیاست های دولتی چندگانه و متضاد، دخالت دولت در قیمت گذاری، به عنوان شرایط محیطی اثرگذار بر استراتژی های این پژوهش انتخاب شده اند.

شرایط مداخله گر^۴: شرایط وسیع و عامی همچون فرهنگ، فضا و غیره که به عنوان تسهیل گر یا محدودکننده استراتژی ها عمل می کنند. این شرایط، اجرای استراتژی ها را تسهیل و تسریع کرده و یا به عنوان یک مانع دچار تاخیر می کند. شرایط مداخله گر در مرحله کدگذاری، در ۵ مفهوم و ۳ مقوله شناسایی شده اند. سه مقوله؛ اتخاذ سیاست های تعدیلی، افزایش فرآیند سفارش قطعات، عدم تناسب با استانداردهای بین المللی، انتخاب شده اند.

استراتژی ها و اقدامات (کنش ها و تعاملات)^۵: اقدامات یا تعاملات ویژه که از مقوله اصلی حاصل می شوند. طرح ها و کنش هایی هستند که به اجرای فرآیند تحریم کمک می کنند؛ در این پژوهش، در مرحله کدگذاری ۱۲ مفهوم در قالب ۸ مقوله؛ ادغام خودروسازان کوچک، شرکای تجاری جدید، اتخاذ راهبردهای واردتی جدید، توجه به نحوه مدیریت، صنعت، فشار افکار عمومی، پیش بینی برنامه هایی برای افزایش کارایی در صنعت، فشارهای محیطی برای بهبود کیفیت، افزایش حمایت های دولتی، به عنوان استراتژی های صنعت خودرو سازی در شرایط تحریم شناسایی شدند.

پیامدها^۶: نتایجی که بر اثر استراتژی ها پدیدار می گردند. پیامدهای مشهود و نامشهودی که در اثر اجرای تحریم برای صنعت، سازمان و مشتری و دولت ایجاد می شود. در پژوهش حاضر ۹ مقوله، حرکت به سمت خوداتکایی و پیش بینی اثرات مثبت درآینده، ایجاد هزینه های واسطه گری در صنعت خودرو، ایجاد هزینه های اضافی حمایتی، نظارتی برای دولت، افزایش هزینه های تولید خودرو، کاهش قدرت خودرو سازان در همگامی با صنعت خودروی جهانی، کاهش میزان تولید و توقف تولید برخی محصولات، رکود در بازار

1 . Core Issues

2 . causal condition

3 . Context condition

4 . intervening conditions

5 . Strategies

6 . Consequences

خودرو، کاهش قدرت خرید مردم، کاهش درآمدهای ارزی ناشی از واردات، کاهش کیفیت خودرو به واسطه تحریم، به عنوان مقوله های پیامدی تشخیص داده شده اند.

۲-۶-۱ برآزش مدل

برای ارزیابی برآزش پژوهش از سه معیار کراسول و همکارانش استفاده شد (کراسول و همکاران، ۲۰۰۰):

تطبیق به وسیله مشارکت کنندگان: در ا پایان پژوهش پرسشنامه ای مبتنی بر مدل استخراج شده تهیه و به تمامی مشارکت کنندگان عرضه شد. نتایج حاصل از پرسشنامه با مدل سازگاری داشتند.

بررسی همکار: هشت تن از پژوهشگران و اساتید حوزه استراتژی و صنعت خودرو، این مدل را تایید کردند.

مشارکتی بودن پژوهش: در تمام طول پژوهش از نظرات مشارکت کنندگان در کد گذاری و تحلیل کدها استفاده شد.

۷- نتیجه گیری

هدف اصلی این پژوهش به دلیل ضرورت درک شده، ارائه الگوی تحلیل گفتمان استراتژی های صنعت خودرو در شرایط تحریم اقتصادی با رویکرد نظریه مفهوم سازی بنیادی است. رسیدن به یک مدل مفهومی تا صاحب نظران و تصمیم گیرندگان صنعت خودرو ایران را با اقتضائات و شرایط موجود بیشتر آگاه سازد تا بتوانند با توجه به شرایط پیش بینی های، لازم را در نظر بگیرند. بررسی ها نشان می دهد که طی سال های اخیر، سهم صنعت خودرو در تولیدات صنعتی کشور روندی فزاینده داشته است. وجود پیوندهای پسین و پیشین قوی بین این صنعت و همچنین فرصت های شغلی موجود و بالقوه نشان از اهمیت این صنعت در مجموع صنایع کشور است، بنابراین شناخت وضعیت این صنعت حائز اهمیت است (رضوی و همکاران، ۱۳۹۲).

لازم به ذکر است رویکرد استقرایی در میان رویکردهای سه گانه (یعنی رویکرد قیاسی، تطبیقی و اسقرایی) کمترین استفاده را در مطالعات مدیریت داشته است. در این پژوهش سعی شده با اتکا بر رویکرد استقرایی و استراتژی تئوری مفهوم سازی بنیادی به شناسایی اجزای تئوری و شکل دهی تئوری پرداخته شود. با ارائه مدل این پژوهش براساس تئوری مفهوم سازی بنیادی، امیدواریم بر اعتبار و قابلیت اعتماد علاقه مندان به مبحث استراتژی های صنعت خودرو در شرایط تحریم (با توجه به انجام پژوهش در محیط واقعی فعالیت صنایع خودرو و در کنار آن در نظر گرفتن نوع نگرش و رفتار متخصصان امر و مشتریان)، افزوده باشند.

براساس نتایج پژوهش، صنعت خودرو ایران به علت غفلت از برخی اصول و عدم تطابق با شرایط موجود، تاکنون نتوانسته نیازهای مشتریان را با توجه به قیمت برآورده کند و حضوری شایسته در بازارهای جهانی داشته باشد، که ادامه این روند نه تنها امکان ورود به بازارهای جهانی و رقابت در سطح بین الملل را با مشکل مواجه می کند، بلکه توانایی استراتژیک و بلندمدت آن برای حفظ بازار داخلی نیز به خطر خواهد انداخت.

با توجه به این پژوهش وابستگی های صنعت خودرو، ایجاد هزینه های واسطه گری و حمایتی، مدیریت ضعیف صنعت، افزایش نرخ ارز، تورم و هزینه های تولید خودرو به کاهش رقابت پذیری آن دامن زده و باعث ایجاد و تشدید تحریم ها شده اند. این شرایط استراتژی هایی از جمله؛ ادغام خودروسازان کوچک، شرکای تجاری جدید، اتخاذ راهبردهای واردتی جدید، توجه به نحوه مدیریت، صنعت، فشار افکار عمومی، پیش بینی برنامه هایی برای افزایش کارایی در صنعت، فشارهای محیطی برای بهبود کیفیت، افزایش حمایت های دولتی، را ایجاد می کند که این استراتژی ها به پیامدهایی از قبیل؛ حرکت به سمت خوداتکایی و پیش بینی اثرات مثبت درآینده، ایجاد هزینه های واسطه گری در صنعت خودرو، ایجاد هزینه های اضافی حمایتی، نظارتی برای دولت، افزایش هزینه های تولید خودرو، کاهش قدرت خودرو سازان در همگامی با صنعت خودروی جهانی، کاهش میزان تولید و توقف تولید برخی محصولات، رکود در بازار خودرو، کاهش قدرت خرید مردم، کاهش درآمدهای ارزی ناشی از واردات، کاهش کیفیت خودرو به واسطه تحریم، منتج می شود؛ در این میان شرایط زمینه ای؛ تغییر سیاست های واردات به سمت کالاهای سرمایه ای، عدم تامین مالی مناسب، ایجاد سیاست های دولتی چندگانه و متضاد، دخالت دولت در قیمت گذاری، استراتژی های صنعت خودرو را تحت تاثیر قرار می دهد. و از طرف دیگر عواملی مانند؛ تغییر سیاست های واردات به سمت کالاهای سرمایه ای، اجرای استراتژی ها را از طرفی تسهیل و تسریع کرده و عواملی از جمله؛ عدم تامین مالی مناسب، ایجاد سیاست های دولتی چندگانه و متضاد، دخالت دولت در قیمت گذاری به عنوان مانع اجرای استراتژی ها را دچار تاخیر می کنند. با توجه به موارد مذکور پیشنهاد می شود اگر استراتژی هایی متناسب با شرایط تحریم و الویت هایی همسو از طرف دولت و خودروسازان در جهت بهبود کیفیت، کاهش قیمت و همگامی با صنعت خودرو جهانی تعریف شوند، این عوامل، نه تنها صنعت را به سمت خودکفایی می کشاند، همچنین می تواند اثرات مثبت و سازنده ای در بلند مدت مانند دستیابی به تکنولوژی های بومی داشته باشد که می تواند مشتریان داخلی صنعت را راضی نگه داشته و راه های ورود به بازارهای جهانی را به سوی ما بگشاید، که با افزایش درآمدهای ارزی و مثبت شدن تراز تجاری و از طرفی کاهش واردات خودروهای کم کیفیت شرکای جدیدمان همراه باشد. برای تحقق این موضوع اگر بتوانیم با شرکای قدرتمند قدیمی صنعت ارتباط قوی و الزام آور برقرار سازیم می توانیم خودروهایی تولید کنیم که رضایت مشتری را به دنبال داشته و از خروج ارز از کشور جلوگیری کرده و همانطور که در شرایط تحریم نیز ثابت کرده ایم بتوانیم تکنولوژی های جدید را بومی سازی کنیم و دغدغه ی تحریم ها با عدم اطمینان زیاد را خنثی سازیم.

سهم علمی پژوهش

بررسی های بعمل آمده در مورد تحلیل گفتمان استراتژی های صنعت خودرو در شرایط تحریم با استفاده از تئوری داده بنیاد نشان دهنده این است که هیچ پژوهش علمی با این رویکرد تاکنون انجام نشده است. از آنجا که تبیین استراتژی های صنعت خودرو در شرایط تحریم می تواند راهنمای عمل در این صنعت بزرگ باشد، با بررسی و تعیین شرایط علی، زمینه ای و مداخله گر، عوامل موثر در این صنعت مشخص می شود و کاربرد این نتایج می تواند راهگشای مشکلات صنعت بوده و حرکتی جهت بهبود کیفیت، کاهش قیمت و در نهایت رضایت مشتریان داخلی و ورود به بازار جهانی را تسهیل کند.

۸- منابع و مآخذ

- احمدوند، محمدرحیم؛ (۱۳۸۲). بررسی برخی مشکلات ساختاری صنعت خودرو و مقایسه تطبیقی آن با صنعت خودرو سازی جهان. بررسی های بازرگانی، شماره ۲، ص ۲۰-۳۱.
- ادیب حاج باقری، م.، پرویزی س.، صلصالی م.؛ روش های تحقیق کیفی؛ تهران: بשרی، ۱۳۸۶.
- اسمیت، م. ا.، ثورب، ر.، و لو، ا.؛ درآمدی بر تحقیق مدیریت. (س. م. اعرابی، و د. ایزدی، مترجم)، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۸۴.
- حکیمیان، محمدحسین (۱۳۸۴). اقتصاد و بازرگانی ایران: الزامات موافقتنامه های سازمان تجارت جهانی و صنعت خودرو در ایران. بررسی های بازرگانی، شماره ۱۲، ص ۳-۸.
- خداداد حسینی حمید، خلیلی شجاعی وهاب (۱۳۹۲). برندسازی یکپارچه با رویکرد جهانی شدن بازار با استفاده از تئوری مفهومی سازی بنیادی. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۶۸: ۱۷۵-۱۹۹.
- دانایی فر، حسن؛ امامی، سید مجتبی؛ (۱۳۸۶). استراتژی های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه پردازی داده بنیاد. اندیشه مدیریت استراتژی، دوره ۱، شماره ۲، ص ۶۹-۹۷.
- دانایی فرد حسن، الوانی سید مهدی، آذر عادل (۱۳۸۳). روششناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع، انتشارات صفار، تهران.
- رضوی، عبدالله؛ رزمی، محمد جواد؛ سلیمی فر، مصطفی و ناجی میدانی، علی اکبر (۱۳۹۲). ارزیابی کارایی صنعت خودرو با استفاده از داده های تلفیقی. مطالعات مدیریت صنعتی، شماره ۲۸، ص ۹۹ تا ۱۱۸.
- فلیک، ا.؛ درآمدی بر تحقیق کیفی؛ (نسخه دوم). (ع. پارسائیان، و س. م. اعرابی، مترجم)، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۸۱.
- کازرونی، سید علی رضا. اصغرپور، حسین. اوین، خضری (۱۳۹۵). بررسی اثر تحریم های اقتصادی بر ترکیب شرکای عمده تجاری ایران طی دوره ۱۳۹۲-۱۳۷۱. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۷۹، تابستان ۱۳۹۵، ۳۳-۱.
- کاپفر، ژان نوئل (۱۳۸۵)؛ مدیریت استراتژی ی نام تجاری، سینا قربانلو، انتشارات مبلغان، تهران، چاپ اول.
- محمدپور، احمد (۱۳۹۲). روش پژوهش کیفی ضد روش ۱ (چاپ دوم). تهران: نشر جامعه شناسان.
- هاشمی، سیدمحمد (۱۳۸۶)؛ روشی برای پژوهش در مسائل سازمان و مدیریت، معاونت آموزش پژوهشگاه الکترونیک ایران.
- هومن، ح.؛ راهنمای عملی پژوهش کیفی؛ تهران: سمت، ۱۳۸۵.
- Alikhani, H. (2000); Sanctioning Iran, Anatomy of a Failed Policy, New York.
- Amuzegar, J. (1997a); "Adjusting to sanctions", Foreign Affairs, PP. 31-41.
- Caruso, R. (2003); "The Impact of International Economic Sanctions on Trade: An Empirical Analysis", Peace Science and Public Policy, Vol.9, no. 2.
- creswell J. W., Miller D.L; determining validity in qualitative inquiry; Theory in to Practice, 39, 2000.

- Corbin, J. & A. Strauss (1990); "Grounded Theory Research; Procedures, Canons, and Evaluative Criteria" Qualitative Sociology, no. 13, PP. 3-21.
- Chan, S & Drury, A. C. (2000); Sanction As Economic Statecraft: Theory and Practice, Palgrave Macmillan.
- Charmaz, Kathy (2006), Grounding Grounded Theory: A Practical Guide Theoretical and Through quantitative Analysis, London: Sage Publications Ltd.
- Doxey, M. P. (1980); Economic Sanctions and International Enforcement, 2nd edition, London: Macmillan.
- Evenett, S. (2002); "The Impact of Economic Sanctions on South African Exports", Scottish Journal of Political Economy, Vol.49, no.5, PP.557-573.
- Eyler, R. (2007); Economic Sanctions: International Policy and Political Economy at work, Palgrave Macmillan.
- Egan, T. (2002); "Grounded Theory: Research and Theory Building", Advances in Developing Human Resources, no. 4 (3), PP. 277-295.
- Galtung, J. (1967); "On the Effects of International Economic Sanctions: With Example from the Case Rhodesia", World Politics, vol. 19, no.3, PP. 378-416.
- Golliard, M. M. (2013); Economic Sanctions: Embargo on Stage. Theory and Empirical Evidence, University of Tampere.
- Glaser, B. (2002); "Conceptualization: On Theory and Theorizing Using Grounded Theory", www.ualberta.ca/ijam.
- Hufbauer, G.C, Oegg, B. (2003); "The Impact of Economic Sanctions on US Trade: Andrew Rose's Gravity Model", International Economics Policy Briefs, Vol.15, no. 3-4.
- Kozhanov, N.A. (2011); "U.S. Economic Sanctions against Iran: Undermined by External Factors", Middle East Policy Council, Vol. 18, no. 3, PP. 144-160.
- Katzman, K. (2015), Iran Sanctions, Congressional Research Service.
- Kaempfer, W. H, Lowenberg, A.D. (1998); "Determinants of the Economic and Political Effects of Trade Sanctions", International Studies Quarterly, Vol. 56, no. 4, PP.167-172.
- Linderman, M.; Reema, Sh.; Chisholm, A. (2007); International Trade Sanctions against Iran an Overview, International Law Firm.
- Morse, J.M. (2001), "Situating Grounded Theory", In, R.S.Schreiber and P.Noerager Stern (eds.), Using Grounded Theory in Nursing, New York: Springer.
- Neuman, L. (2006), Social Research Methods: Quantitative and Qualitative Approaches, Fourth Edition. London: Allyn and Bacon.
- Patton, M. Q. (2002), quantitative Research and Evaluation Methods, Third Edition, London: Sage Publications Ltd.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1990). Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques. Newbury Park, CA: Sage.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1998). Basics of qualitative research: techniques and procedures for Developing Grounded theory, second Edition, Thousand Oaks. CA: Sage Publications Ltd.

-Shreiber, Rita (2001), Using Grounded Theory in Nursing, New Yourk: Springer Co.

Abstract

The basic model of discourse strategies automotive industry in terms of sanctions

The main problem of discourse strategies automotive industry is under economic sanctions in the period 1394-1390. Since a comprehensive analysis on the impact of sanctions in the field of automobile industry in our country according to local conditions do not exist, the method of data-based theory for theory and identify aspects of the model is used. The study population consisted of automobile industry in various sectors, professionals, experts and economic analysts. The required data collected by interviews and the sample size was determined based on theoretical saturation. For the analysis of information gathered by the software used Atlas and after three stages of encoding basic pattern-based approach was presented Strauss and Corbin. Finally strategies and factors affecting the automotive industry in terms of sanctions in the form of a model are presented. The model derived include factors such as: economic sanctions automotive industry (Core Issues), the negotiation process and the internal problems of the industry (causal conditions), financing and politics multiple (Context condition) and structural adjustment policies and the lack of international standards (intervening conditions), mergers and acquisitions, new partners, new strategies imports and government support (strategies) and self-sufficiency, increase costs, reduce production and stagnation in the industry (Consequences) is.

Key words: strategy, discourse analysis, automotive industry, sanctions, grounded theory.