فصلنامه حقوق اداری

سال هشتم، بهار ۱۴۰۰، شماره ۲۶

تدوین چارچوبی برای موانع حقوقی پیش روی شرکت ملی نفت ایران در راستای بین‌المللی شدن

جواد کاشانی[۱]، عباس طوسی[۲]، فرجاله رهنورد[۳]، محمدرضا سیدهاشمی تولون[۴]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۱۵
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۱۶

چکیده:

تحلیل محیط جهانی صنعت نفت و تحولات آن نشان می‌دهد که صنعت نفت، بخش ضروری از انرژی و اقتصاد جهان باقی می‌ماند؛ اما در محیطی متفاوت و ویژگی‌های تغییریافته؛ یعنی صنعتی با فناوری‌ها، چالش‌ها، الزامات، فرصت‌ها و بازیگرانی متفاوت که در نتیجه نیازمند بازآفرینی در مدل کسب وکار بازیگران فعلی و الگوی حاکمیت شرکتی آنها در راستای تطابق با تغییرات محیطی است. یکی از اصلاحات بنیادین مورد نیاز شرکت ملی نفت ایران به منظور تطابق با محیط جدید، بین‌المللی شدن است. یکی از اولین اقدامات در جهت بین‌المللی شدن، تطبیق قوانین با شرایط بازار و دنیای صنعت نفت می‌باشد. هدف این پژوهش تدوین چارچوبی برای موانع حقوقی پیش روی شرکت ملی نفت در راستای بین‌المللی شدن مبتنی بر روش کیفی داده بنیاد است؛ پس از تحلیل مصاحبه‌ها، چارچوب نهایی تدوین گردید. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تفسیر رسمی از قانون، پراکندگی در قوانین، خلا قانونی و عدم‌اجرای قوانین، از موانع اصلی حقوقی پیش روی شرکت ملی نفت ایران در راستای بین‌المللی شدن است. بین‌المللی‌شدن، موجب پیامدهایی مانند دسترسی به شبکه‌های توانمندی‌های بین‌المللی و انتقال فناوری، قدرت تاثیرگذاری در مناسبات سیاسی- اقتصادی بین‌المللی و توسعه توانمندی‌های مختلف حاصل از فعالیت‌های بین‌المللی خواهد شد.

واژه‌های کلیدی: بین‌المللی‌شدن، شرکت ملی نفت ایران، موانع حقوقی، روش کیفی داده‌بنیاد، خط‌مشی‌عمومی صنعت نفت.

---

۱. دانشیار حقوق خصوصی و اقتصادی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
kashani@atu.ac.ir

۲ . استادیار حقوق خصوصی و اقتصادی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی،تهران، ایران.
toosi@atu.ac.ir

۳. دانشیار مدیریت دولتی، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، ریاست جمهوری.
f.rahnavard@imps.ac.ir

۴ . دکترای مدیریت قراردادهای بین‌المللی نفت و گاز، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).m.r.s.hashemi@atu.ac.ir

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

مقدمه

در پی اهمیت روزافزون فعالیت شرکت‌ها در بازار بین‌الملل و ابقای آنها در بازار رقابتی و استفاده از مزایای بازار بین‌الملل، باید به دنبال فرآیندی بود تا از آن طریق، شرکت‌ها بتوانند به سوی بین‌المللی-سازی پیش روند (سلامی و صادقی، ۱۳۸۷: ۱۷۲؛ فقیهی و تاج‌الدین، ۱۳۸۹: ۲). کمترین منفعتی که بین‌المللی‌سازی برای شرکت‌ها و کشورها دارد؛ دسترسی به شبکه‌های توانمندی‌های جهانی و انتقال فناوری بین مرزهاست. از طرف دیگر، مجموعه‌ای از الزامات داخلی و بین‌المللی؛ انتظارات خاصی از صنعت نفت ایران به وجود آورده است که مهم‌ترین آن، ضرورت حفظ موقعیت کشور در بازارهای جهانی به عنوان بزرگ‌ترین دارنده ذخایر هیدروکربنی دنیاست. برای حفظ جایگاه برتر ایران در بازارهای جهانی و بهره‌برداری به‌موقع از مزیت ذخایر نفت و گاز کشور و تبدیل این ذخایر به سرمایه‌های ماندگار و با ارزش افزوده بیشتر، توسعه صنعت نفت و گاز کشور باید از لحاظ کمّی و کیفی شتاب بیشتری گیرد. جهت‌گیری بین‌المللی شدن، جدا از این‌که زمینهٔ توسعه پرشتاب این صنعت را در بخش‌های مالی، فناوری و مدیریتی فراهم می‌کند؛ در بردارندهٔ فرصت‌های متعدد اقتصادی، افزایش توان رقابتی شرکت-های داخلی و مزیت‌های سیاسی و امنیتی نیز هست. ارائه عملکرد موفق در عرصه بین‌المللی، نیازمند رویکردی بین‌المللی در صنعت نفت کشور است. بسیاری تصور می‌کنند شرکت ملی نفت ایران با فروش نفت خام به کشورهای خارجی، رویکرد بین‌المللی دارد؛ در صورتی‌که فروش نفت و فرآورده‌های نفتی به دیگر کشورها به معنای تجارت بین‌المللی است و تحقق رویکرد بین‌المللی، نیازمند الزامات دیگری است. صنعت نفت زمانی می‌تواند مدعی تحقق رویکرد بین‌المللی باشد که حداقل بیست درصد ذخایر هیدروکربنی آن خارج از مرزهای کشور باشد یا به عنوان توسعه‌دهنده‌ای قوی در میادین نفت و گاز کشورهای دیگر نیز حضور داشته باشد؛ از این‌رو، حرکت به سمت داشتن یک شرکت بین‌المللی نفتی ایرانی، موضوعی است که طی سال‌ها، ذهن بسیاری را به خود مشغول کرده و یکی از دغدغه‌هایی است که مدنظر سیاست‌گذاران کشور بوده است؛ اما بررسی و تحلیل نمونه‌های موفق در کشورهای دیگر و مقایسه آن با شرایط صنعت نفت ایران نشان می‌دهد که تحقق این امر، چالش‌هایی جدی دارد. با توجه به منافع بیشتر بین‌المللی شدن شرکت ملی نفت برای کشور در دههٔ ۷۰ میلادی، اقداماتی در راستای بین‌المللی شدن شرکت ملی نفت ایران انجام شد؛ اما ناکام ماند. پس از انقلاب نیز در زمان تدوین برنامهٔ چهارم توسعه، اقداماتی برای بین‌المللی شدن شرکت ملی نفت بر مبنای تجربهٔ سایر شرکت‌های ملی نفت دنیا که بین‌المللی شده‌اند، تهیه گردید؛ اما به تصویب نمایندگان مجلس نرسید (بندریان، ۱۳۹۷الف:

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

۱۵). بین‌المللی‌شدن، نیازمند زیرساخت‌ها و توانمندی‌های متعدد و مکمل هم است که یکی از این زیرساخت‌ها، بستر حقوقی مناسب در راستای الزام و حمایت از فرآیند بین‌المللی‌شدن است. در این پژوهش، سعی داریم تا ضمن تبیین مفهومی و عملیاتی از بین‌المللی‌شدن، ضرورت بین‌المللی شدن شرکت ملی نفت ایران را نیز مورد تحلیل و تبیین قرار دهیم و در نهایت، مجموعه موانع حقوقی را در قالب چارچوب مفهومی ارائه نماییم.

۱- بیان مسأله پژوهش

تاریخ صنعت نفت جهان، روایت‌هایی مکرر از تلاش شرکت‌های نفتی برای حفظ یا کسب منافع ملی کشورهایشان دارد و این‌گونه به نظر می‌رسد که امروزه شرکت‌های بزرگ نفتی و گازی جهان در حرکت به سمت بین‌المللی‌شدن، به مثابه بازوی دولت‌هایشان در کسب منافع ملی عمل می‌کنند. در این میان، شاید عملکرد شرکت‌های گازپروم[1] و روسنفت[2] که هر دو از شرکت‌های بزرگ کشور روسیه هستند و طی سال‌های اخیر به پیشقراول سیاست‌های ملی روسیه بدل شده‌اند؛ نمونه‌هایی عبرت‌آموز برای بسیاری از کشورهای جهان تلقی شود. این شرکت‌ها با راهبردهای تجاری و اقتصادی قدرتمند، استفاده از اهرم فرمول‌های قیمتی گاز و قراردادهای نفتی خود، همچنین به کمک مزیت بین‌المللی بودنشان؛ هر کجا که توانسته‌اند، دولت‌های دیگر را محبور به تابعیت از نظرهای سیاسی و اقتصادی کرملین کرده‌اند. مصداق بارز آن را می‌توان در مجبور کردن تلویحی اروپا به تمکین از اقدامات روسیه دربارهٔ شبه‌جزیره کریمه دید؛ جایی که به دلیل قدرت نفوذ گازپروم بر بازار عرضه گاز اروپا، کشورهای عضو این اتحادیه تقریباً در موضع ضعف و انفعال قرار گرفتند. در سویی دیگر نیز، فعالیت‌های بین‌المللی روسنفت همچون بال اقتصادی دستگاه سیاست خارجی روسیه عمل می‌کند و در بسیاری از کشورهای جهان، حتی کشورهای عربی و آفریقایی، نفوذ روسنفت به عنوان شرکت نفتی باعث تضمین حسن رفتار آن کشورها نسبت به روسیه می‌شود. در موردی دیگر نیز حضور تاثیرگذار شرکت ایتالیایی انی[3] در صنعت نفت و گاز لیبی باعث شده بود تا معمر قذافی به مهره‌ای گوش به فرمان ایتالیا بدل شود و در تمامی تصمیم‌گیری‌هایش، منافع نهایی ایتالیا را لحاظ می‌کرد. همین اتفاق البته در مواردی مشابه نیز رخ داده است؛ تاثیر نفوذ شرکت پتروناس[4] بر شکل‌گیری سیاست‌های حافظ منافع ملی مالزی در چین و آمریکا؛

1 .Gazprom
2 .Rosneft
3. ENI
4. Petronas

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

اثرگذاری وزن و اقتدار شرکت بی‌پی[1] در کسب امتیازهای سیاسی و اقتصادی به نفع دولت بریتانیا در آسیا و آفریقا و کارنامه شرکت نفت دولتی چین که در هر کشوری نخست به فکر توسعه نفوذ چین و متقاعدکردن دولتمردان کشور میزبان به پذیرش سیاست‌های کلان دولت چین است، همه و همه از یک جنس هستند. وجه مشترک تمامی این اتفاقات، چنین است که امروزه شرکت‌های بزرگ نفتی جهان، خاصه شرکت‌های ملی نفت؛ سعی دارند در ابتدا به میزان مناسب و مورد نظر خود بین‌المللی شوند و به بازارهای مقصود دست یابند و در ادامه با استفاده از حوزهٔ نفوذی که به‌دست می‌آورند، کشورهای میزبان را به رعایت سیاست‌ها و منافع کشورشان الزام کنند. این کار البته نه به صورت علنی، بلکه در قاب سیاست‌های دیپلماتیک نفتی اجرا می‌شود؛ اما به هرحال باید پذیرفت که این شرکت‌ها، وزنه‌ای موثر بر شکل‌گیری رخدادهای سیاسی و اقتصادی دارند. به طور مثال، می‌دانیم که اگر نقش و تاثیر آرامکو در بازار عرضه و مصرف انرژی در آمریکا نبود، بسیاری از سیاست‌های دولت عربستان با مخالفت‌های جدی محافل قدرت در آمریکا مواجه شده بود؛ اما وزن آرامکو باعث شده است که گروه‌های فشار در مجلس و سنای آمریکا، بی‌سر و صدا از کنار برخی اقدامات عربستان عبور کنند؛ یا در مورد پتروناس، همان‌طور که مشخص است این شرکت نفتی و گازی با گستره وسیع فعالیت‌هایش در بسیاری موارد، حلال مشکلات دولت مالزی است (زارع‌میرک‌آباد، ۱۳۹۴: ۴۲-۴۱). با توجه به مزایایی که یک شرکت بین‌المللی در عرصه جهانی دارد؛ بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران به عنوان یک نیاز، کاملاً محسوس و ضروری است. این شرکت برای رسیدن به این اهداف، همچنین بقای خود در صنعت نفت جهان و حفظ منافع ملی کشور، چاره‌ای جز پیمودن مسیر جهانی‌شدن را نداشته و ملزم به افزایش سرعت حرکت و توان خود در استراتژی بین‌المللی‌شدن است. برخی از کشورهای دارای ذخایر هیدروکربنی از جمله ایران، نروژ، برزیل، چین و روسیه، دارای شرکت‌های نفتی دولتی هستند. برخی از این شرکت‌ها برخلاف بسیاری دیگر، از بدو تأسیس تاکنون، رشد قابل‌توجهی در ابعاد فنی، مالی، حقوقی، تجاری، فناوری و مدیریتی داشته‌اند که مورد نیاز یک شرکت اکتشاف و تولید بین‌المللی است؛ به گونه‌ای که در سایر نقاط جهان نیز پروژه‌های نفتی زیادی را انجام می‌دهند. بررسی تجارب و عملکرد شرکت‌های دولتی موفق نفتی در برخی کشورها می‌تواند الگوی مناسبی جهت رشد و توسعه شرکت ملی نفت ایران یا سایر شرکت‌های خصوصی ایرانی باشد که در صنعت نفت و گاز فعالیت می‌کنند (کثیری بیدهندی، ۱۳۹۵: ۲۴). نتایج تحقیقات حاصل از بررسی تجارب شرکت‌های دولتی نفت موفق در برخی از کشورها همچون

1. BP(British Petroleum)

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

نروژ نشان می‌دهد که یکی از الزامات و زیرساخت‌های اصلی در فرایند بین‌المللی‌شدن، الزامات و بسترهای حقوقی می‌باشد؛ از این‌رو، در این پژوهش، تمرکز بر مسائل حقوقی مطرح در فرآیند بین‌المللی‌شدن و با تمرکز بر بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران هست و مسأله اصلی مطرح در این پژوهش، موانع حقوقی است که شرکت ملی نفت ایران در راستای بین‌المللی‌شدن با آنها مواجه است.

۲- پیشینه پژوهش: مبانی نظری بین‌المللی شدن

۱-۲- مفهوم بین‌المللی‌شدن و تعریف عملیاتی از بین‌المللی شدن شرکت ملی نفت ایران

پدیده بین‌المللی‌شدن توسط محققین بسیاری مطالعه شده و منجر به این نتیجه شده است که واژه بین‌المللی‌شدن، مبهم و قلمروی آن نیز متغیر است. این واژه همچنین برای بسیاری از متغیرهای سازمانی نظیر: استراتژی، ساختار سازمانی، محصول و غیره به‌کار برده می‌شود. در برخی از تعاریف، بین-المللی‌سازی را به عنوان فرآیندی جهت افزایش درگیری در فرآیند عملیات بین‌الملل شناخته‌اند و کسب-وکار بین‌المللی را کسب‌وکاری تعریف کرده‌اند که مبادلات تجاری دو و یا چند کشور را شامل شود. محققان، بین‌المللی‌سازی را به عنوان حرکتی رو به بیرون برای عملیات بین‌الملل شرکت می‌دانند. ولچ و لوستارنن،[1] بین‌المللی‌شدن را چنین تعریف می‌کنند: فرایند مشارکت هرچه بیشتر در عملیات بین‌المللی. کالوف و بیمیش[2] با دیدگاهی متفاوت، بین‌المللی‌شدن را تعریف می‌کنند: فرایند انطباق عملیات شرکت (استراتژی، ساختار، منابع و غیره) با محیط‌های بین‌المللی. البته بین‌المللی‌شدن، یک فرایند پویاست و تحت تأثیر تجربه مدیریتی، اعتقاد به مزیت رقابتی شرکت، میزان آمادگی برای صادرات و پذیرش ریسک بین‌المللی کردن قرار دارد. (راند[3]، ۲۰۰۷: ۱۸۳)؛ همچنین، مقوله بین‌المللی‌سازی، مفهومی تک‌بعدی نیست و نمی‌تواند فقط در بعد عملیاتی بررسی شود. ابعاد مفهوم بین‌المللی‌سازی در شش بعد توسعه یافته است: ۱- روش‌های عملیات خارجی (طریقه ورود و راهبرد ورود)، ۲- بازار(کجا؟)، ۳- محصول(چه چیزی؟)، ۴- نیروی کار، ۵- ساختار سازمان و ۶- امور مالی. در مقایسه ابعاد مذکور؛ محصول و نیروی انسانی، ساختار سازمانی و امور مالی برای رشد هر شرکت لازم است؛ در صورتی‌که نحوه ورود به بازار و گزینش بازار از ویژگی‌های مختص به فرآیند بین‌المللی‌سازی هستند. چگونگی ورود به بازار بین-

1 .Welch and Luostarinen
2 .Calof and Beamish
3 .Rundh

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

المللی را می‌توان از طریق ترتیبات نهادی[1] مانند: اعطای حق امتیاز، صادرات، سرمایه‌گذاری خارجی و نظایر آن انتخاب کرد. گزینش بازار نیز مکانی را که عملیات شرکت در آن مستقر می‌شود، نشان می‌دهد. در این پژوهش، تعریف بیمیش (۱۹۹۰) به‌عنوان تعریف مفهومی از بین‌المللی‌سازی مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ زیرا این تعریف: ۱- طبیعت تکاملی بین‌المللی‌سازی را نشان می‌دهد، ۲- روابط بوجود آمده از طریق مبادله‌های بین‌المللی را نشان می‌دهد و همچنین تاثیر آنها بر روی رشد شرکت و گسترش آنها به بازارهای دیگر را نمایان می‌سازد (سلامی و صادقی، ۱۳۸۷: ۱۷۴-۱۷۳؛ محترم و نصیری‌سوادکوهی، ۱۳۹۶: ۱۴).

از طرف دیگر، مطالعه پدیدهٔ بین‌المللی‌شدن شرکت‌های ملی نفت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ چراکه این پدیده، صحنه رقابت در عرصه صنعت نفت را تغییر داده و باعث حذف برخی بازیگران قبلی و ظهور گروه جدیدی از بازیگران نفتی شده است؛ از این‌رو، بازیگران حاضر در صنعت نفت باید نسبت به آن حساس بوده و تحلیل‌های لازم را درخصوص روندهای آن، دلایل شکل‌گیری و پیامدهای آن داشته باشند. هرچند بین‌المللی‌شدن شرکت‌های ملی نفت، موضوع نوپایی نیست؛ اما به‌تازگی و ظرف چندسال گذشته، به‌طور جدی فرآیند برنامه‌ریزی آن مطالعه شده‌اند. یک اصل راهبردی در صنعت نفت جهانی که توسط بازیگران مختلفی در صنعت نفت به اثبات رسیده، این است که فروش فناوری، درآمد بسیار بیشتری از فروش نفت و گاز دارد. لازمه حضور در عرصه کسب و کار فناوری، تبدیل شدن از یک شرکت ملی به یک شرکت بین‌المللی است (بندریان، ۱۳۹۷الف: ۱۴). شرکت‌های ملی نفت، شرکت‌هایی هستند که مالکیت آنها در اختیار دولت‌هاست و شرکت‌های بین‌المللی نفتی شرکت‌هایی هستند که فعالیت‌های عظیم بین‌المللی دارند و مالکیت آنها در اختیار سرمایه‌گذاران بخش خصوصی است. هر دو این شرکت‌ها، امروزه به‌عنوان مهم‌ترین و بزرگ‌ترین سازمان‌های اقتصادی این سیاره محسوب می‌شوند (جیمز، ۲۰۱۱: ۲۱- ۲۰). البته برخی از صاحب‌نظران اعتقاد دارند نام «شرکت‌های بین‌المللی نفتی» (IOCs) کمی گمراه‌کننده است؛ زیرا امروزه بسیاری از شرکت‌های ملی نفتی نیز در بازارهای بین‌المللی فعالیت دارند و دیگر منحصر به بازار کشور خود نیستند. این افراد نام «شرکت‌های خصوصی نفتی[2]» را برای آن گروه از شرکت‌ها مناسب‌تر می‌دانند (توردو، ۲۰۱۱: ۱۵). البته در این پژوهش، مطابق با اکثریت مقاله‌ها، ما نیز از واژه بین‌المللی استفاده خواهیم کرد.

1 .Institutional Arrangements
2 .Private Oil Companies - POCs

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

بیان تعریفی مشخص از یک شرکت ملی نفت نیز کاری دشوار است. یکی از دلایل آن می‌تواند این نکته باشد که این شرکت‌ها در تمامی کشورهای توسعه‌یافته، متمرکز[1] و درحال توسعه به طور مشابه ظاهر شده‌اند. دلیل دیگر آن است که برخی از شرکت‌ها مانند استات اویل نروژ، همیشه در میان تعاریف شرکت‌های ملی و بین‌المللی و یا حتی شرکت‌های ملی- جهانی[2] در حال رفت‌وآمد هستند. این شرکت-ها همان‌طور که از ابتدا پایه‌گذاری شده‌اند، رابطه نزدیکی با دولت‌های خود دارند؛ اما اختیارات و فعالیت-های آنها از حالت کاملاً زیر سلطه دولت‌بودن تا تبدیل شدن به مراکز قدرت با داشتن اختیار از خود تغییر می‌کند که این تغییرات به تصمیماتی که به نفع شراکت تجاری هست، وابسته است. شرکت‌های ملی نفت، هیچ‌گاه تنها به دلیل سوددهی و یا توسعه منابع طبیعی کشورها پایه‌گذاری و ادامه حیات نداده‌اند؛ بلکه آنها ابزارهایی بسیار قوی برای دستیابی به اهدافی همچون: اشتغال‌زایی، بالا نگهداشتن ارزش واحد پول کشور و توسعه زیرساخت‌های کشورها بوده‌اند (جیمز، ۲۰۱۱: ۳). دولت‌ها از طریق وزارتخانه‌های نفت[3]، کنترل ذخایر هیدروکربنی[4] کشورها را در اختیار دارند و به عنوان مالک ذخایر (شرایط قراردادهای اکتشاف صنایع بالادستی نفت با شرکت‌های بین‌المللی را تعیین می‌کنند و اصولاً ذخایر را متعلق به دولت‌ها می‌دانند) با مشارکت شرکت‌های بین‌المللی، منابع نفت و گاز را از طریق پروژه‌های بومی و یا صادراتی به پول تبدیل می‌کنند (لدسما، ۲۰۰۹: ۳۸- ۱۱). دولت‌ها به عنوان عضوی از این پروژه سرمایه‌گذاری، ترجیح می‌دهند تا یک شرکت ملی که در زنجیره ارزش نفت دارای سهم مشارکت مشخصی باشد، بنیانگذاری کنند. البته این امر بستگی به دولت‌ها و میزان تمایل آنها به این مقوله، متفاوت است (توردو، ۲۰۱۱: ۲۵). در مجموع و سرانجام، با توجه به توصیفی که از ویژگی‌ها و مفهوم بین‌المللی‌شدن ارائه شد؛ در این پژوهش برای ارائه تعریف عملیاتی از بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران، از روش پرسش از خبرگان و جمع‌بندی نظرهای آنها و بر پایه خرد جمعی عمل شد و تعریف عملیاتی معینی از بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران ارائه گردید. تعریف عملیاتی جمع‌بندی‌شده در این پژوهش از بین‌المللی شدن شرکت ملی نفت ایران عبارت است از: شرکت ملی نفت ایران در صورت تحقق ویژگی‌های شش‌گانه زیر می‌تواند به شرکت بین‌المللی نفت ایران تبدیل شود. ویژگی‌های شش-گانه عبارتند از: ۱- داشتن سهم تولید در خارج از مرزهای ملی، ۲- داشتن سهم تجارت دربارهٔ نفت با مبداء خارجی، ۳- قدرت ایجاد ثروت در خارج از قلمرو و مرزهای ملی، ۴- قدرت تاثیرگذاری در مناسبات

1 .Centrally Planned
2 .Globally National Oil Companies - GNOCs
3 .Ministries of Petroleum (or Oil or Gas)
4 .Hydrocarbon Resources

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]
[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

سیاسی- اقتصادی بین‌المللی، ۵- دسترسی به شبکه‌های توانمندی‌های بین‌المللی و ۶- توسعه توانمندی‌های مختلف حاصل از فعالیت‌های خارج از مرزهای ملی.

۲-۲- دلایل اصلی برای بین‌المللی شدن شرکت ملی نفت ایران

دلایل اصلی نیاز ابر شرکت‌های ملی نفت برای بین‌المللی‌شدن به شرح زیر ارائه می‌گردد: ۱- رقابت با شرکت‌های جدید: بازیگران زیادی در عرصه رقابتی امروز از طریق فعالیت‌های خصوصی‌سازی و صنعتی-سازی پدیدار شده‌اند که تا سال ۱۹۹۰ میلادی وجود نداشتند. این در حالی است که بسیاری از رقبای مهم در این صنعت از میدان خارج شده‌اند؛ ۲- کسب بازارهای مناسب یا حضور در کشورهای جدید: امروزه در مقایسه با سالیان گذشته، تعداد بسیار بیشتری از کشورها فرصت‌هایی برای مشارکت بین‌المللی در زمینه صنایع بالادستی خود پیشنهاد می‌دهند؛ ۳- حضور در پروژه‌های سودآور یا حفظ فرصت‌های جدید: کشورهای جدیدی که برای تجارت بین‌المللی پیش‌قدم شده‌اند، همراه با ترکیبات جدید قراردادهای نفتی، منجر به دستیابی به مجموعه‌ای از فرصت‌های بکر در این صنعت شده‌اند؛ ۴- محافظت از شرکت در برابر ریسک‌های جدید: فرصت‌های جدید باعث نمایان‌شدن ریسک‌های جدید در تمامی مراحل عملیاتی این صنعت شده است؛ ۵- رضایت سیاستمردان و ذی‌نفعان و یا اولویت‌ها و چالش‌های جدید: هم شرکت‌های بین‌المللی و هم شرکت‌های ملی با اولویت‌ها و چالش‌های جدیدی مواجه هستند. شرکت‌های بین‌المللی عموماً تحت‌تأثیر بازار اصلی و گروه سرمایه‌گذاران هدایت می‌شوند و شرکت‌های ملی نفت نیز به طورکلی توسط تقاضاهای اجتماعی- اقتصادی و سیاسی کنترل می‌شوند. این تقاضاها و نیازهای این گروه‌های ذی‌نفع، در بازارهای جدید متفاوت و متغیر بوده و برای دستیابی به آنها نیاز به هماهنگی شرکت و شرایط بازار احساس می‌شود؛ ۶- کسب مهارت‌های نو و فعالیت‌های تکنولوژیکی و تجاری جدید: گستره وسیع دانش و تکنولوژی در صنعت نفت، اثرهای شدید آن بر رشد و توسعه اقتصادی شرکت‌های بین‌المللی در مقایسه با شرکت‌های ملی و نقش آن در مقایسه با مزیت‌های تعریف‌شده در اقتصاد از قبیل: سرمایه، مواد اولیه و نیروی کار ارزان، همه بیانگر اهمیت موضوع تکنولوژی در حیطه بین‌المللی صنعت نفت است. در واقع، تکنولوژی و دانش باعث شده است تا کشورهای مختلف با تغییردادن ظرفیت‌ها و توانمندی‌های خود و اتخاذ روش‌های مختلف جذب و ارتقای آن، سعی در به دست‌آوردن جایگاهی در عرصه رقابت بین‌المللی نفتی داشته باشند (شهمیرزادی، ۱۳۸۳: ۴ ؛ زارع‌میرک‌آباد، ۱۳۹۴: ۹).

تشکیل شرکت‌های بین‌المللی، راهکاری تجربه‌شده در کشورهایی چون نروژ، مالزی، ژاپن، ایتالیا و بسیاری از کشورهای اروپایی است که باعث هم‌افزایی توانمندی تکنولوژیک، قدرت بازاریابی در عرصه

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

بین‌المللی، استفاده از مزیت‌های جغرافیایی و در کل، در اختیار داشتن مزیت‌های نسبی شده است. بی‌تردید، شرکت‌های بین‌المللی؛ مهم‌ترین نقش را در تبادلات تکنولوژی در بین مرزهای کشورها بر عهده دارند؛ از طرف دیگر، شرکت‌های بین‌المللی نه‌تنها بر اساس دارا بودن مزیت در دانش و مدیریت تکنولوژی شکل می‌گیرند؛ بلکه دارای قدرت بازاریابی و دسترسی به پتانسیل‌های بازار جهانی، دارای مراکز تحقیقاتی در مناطق مختلف جهان و نیز دارای سیستم متمرکز در تصمیم‌گیری، ارتباطات و منابع هستند تا بتوانند توانایی‌های تکنولوژیک موجود در یک منطقه جغرافیایی را برای حل مشکل و یا استفاده در یک موقعیت ایجادشده در منطقه دیگر به‌کار بگیرند (شهمیرزادی، ۱۳۸۳: ۴). تغییرات و چالش‌های فوق، صنعت را به سمت توسعه و به‌کارگیری محدودهٔ جدیدی از فعالیت‌های تکنولوژیکی و مدل‌های تجاری خلاقانه هدایت می‌کند (زارع‌میرک‌اباد، ۱۳۹۴: ۳۹؛ زانویان، ۲۰۰۲: ۷- ۱). از طرف دیگر، نواقص موجود در شرکت ملی نفت ایران هم نیاز به بین‌المللی شدن را برای این شرکت تشدید می‌کند. مهم‌ترین نواقص شرکت ملی نفت ایران را می‌توان چنین برشمرد: ۱- مشکلات اقتصادی؛ ۲- ارتباطات ضعیف؛ ۳- ضعف تکنولوژی؛ ۴- دسترسی محدود به سایر بازارها؛ ۵- نیروی انسانی غیرفعال؛ ۶- عدم‌تفکیک وظایف اجرا و نظارت و عدم‌برنامه‌ریزی (زارع‌میرک‌آباد، ۱۳۹۴: ۷۵ ؛ طاهری‌فرد و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۷۹- ۱۶۸)؛ از این‌رو، بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران با چالش‌های متعددی مواجه است که مهم‌ترین آنها عبارتند از: ۱- مشکلات سیاسی: تعاملات سیاسی در شکل دادن همکاری‌های بین‌المللی نقش بسیار مهمی دارد. ثبات سیاسی، حضور فعال در عرصه بین‌المللی، برقراری روابط نزدیک دیپلماتیک با کشورهای شریک اقتصادی و غیره از جمله ملزوماتی است که به عنوان زیرساخت باید مورد توجه قرار گیرد. مشکلاتی که در منطقه توسط آمریکا به وجود آمده است؛ مهر ناامنی، عدم‌ثبات سیاسی، ریسک بالای سرمایه‌گذاری را بر پیشانی خاورمیانه زده است و تلاش مضاعف در راه رسیدن به این مقصود را می‌طلبد؛ ۲- تعارض در استراتژی این شرکت‌ها با استراتژی‌های ملی: اولین برداشتی که از حضور و رشد شرکت‌های خارجی در یک کشور می‌شود؛ تاراج سرمایه‌های ملی، در اختیار قرار دادن سرمایه‌های ملی به بیگانگان، به‌وجود آمدن فضای سخت رقابتی با شرکت‌های مقتدر خارجی و دیدگاه‌های سطحی از این دست است. اگرچه نمی‌توان منکر این واقعیت بود که هر کشور یا شرکتی برای به دست آوردن سود و منافع بیشتر فعالیت می‌کند و نه برای مقاصد خیرخواهانه و در اختیار قرار دادن تکنولوژی و دانش خود به دیگران. از طرف دیگر، رقابت در عرصه بین‌المللی، یعنی رقابت شدید با دیگران و تلاش برای ارتقای توانمندی خود.

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

تلاش برای به‌دست آوردن بازار و بسیاری دیگر از چالش‌ها که باید برای آنها برنامه داشت؛ ولی آیا می‌توان حصاری دور یک کشور قرار داد و تنها با تکیه بر بازار و فناوری خود انتظار حیات داشت؟ همچنین در حوزه حقوقی، نباید شک داشته باشیم که ما تنها کشوری نیستیم که دغدغه‌ها و نگرانی‌هایی دربارهٔ حضور شرکت‌های خارجی در صنعت نفت خود دارد و به همین‌خاطر، مطالعه هرچه دقیق‌تر چارچوب‌های حقوقی کشورهای دیگر از جمله: اندونزی، نروژ، آنگولا و عمان می‌تواند در دستیابی به یک راه‌حل مناسب‌تر و جذاب‌تر بسیار کارساز باشد؛ ۳- تأمین انرژی مورد نیاز: تحلیل بازار انرژی نشان می-دهد که تأمین انرژی برای کشوری که فقط در حوزه داخلی فعالیت دارد، غیرممکن خواهد شد؛ بنابراین، هرچه زودتر باید برای خروج از این ریسک اقدامات لازم صورت پذیرد. یکی از مناسب‌ترین و شاید تنها راه‌حل عملی و معقول، حضور مؤثر در بازارهای بین‌المللی است؛ ۴- نیاز به رونق اقتصادی و صادرات درست: دلیل اصلی نیاز به بین‌المللی شدن رونق اقتصادی کشور است. تلاش وزارت نفت از دیرباز در جهت فرستادن نفت و گاز به آن‌سوی مرزها نیز در همین راستا بوده است؛ بنابراین، برای موثرتر کردن این اقدام، نیاز به یک شرکت بین‌المللی نمایان است. صادرات درست و مطلوب، تنها با داشتن واحد بازاریابی پویا و در قالب محیطی بین‌المللی مقدور است. تحلیل اقتصادی شرکت‌ها و کشورها نیز نیاز به بین‌المللی‌شدن و همکاری با دیگران برای بقا و حفظ در عرصه رقابت را نشان می‌دهد؛ زیرا سود صرف نفت و گاز در حال کاهش و سود خدمات جانبی این صنعت در حال افزایش است. هم‌اکنون، بیش از ۵۰٪ بودجه لازم برای فعالیت‌های آینده وزارت نفت (تنها فعالیت‌هایی که تاکنون برنامه‌ریزی شده‌اند و نه همه فعالیت‌های مورد نیاز) باید از طریق جذب سرمایه خارجی تأمین گردد. این درحالیست که جذب سرمایه در حالت بین‌المللی بسیار آسان‌تر خواهد بود؛ ۵- زیرساخت‌های مورد نیاز: متاسفانه قسمت اعظم مشکلات صنعت نفت که در این پژوهش نیز به قسمت‌هایی از آن اشاره شد، در اثر رشد نامتوازن صنعت در کشور ما بوده است. هیچگاه تصور نشده است که رشد اقتصادی، تولید و پیشرفت، محصولات نهایی درخت صنعت است که ریشه در سیاست‌های اقتصادی- تکنولوژیک مشخص، نظام بانکی کارا، ساختار ترانزیت و حمل‌ونقل کالا و خدمات، برنامه‌های بلندمدت و گزینشی تربیت نیروی انسانی، دراختیار داشتن اطلاعات و آمار روشن و واقعی دارد. اگر می‌خواهیم ایران اسلامی را تا جایگاه شایسته بین‌المللی ارتقاء دهیم، چاره‌ای جز ایجاد بستر و زیرساخت‌های لازم نداریم. داخل‌شدن در فعالیت‌های بین‌المللی از طریق تشکیل شرکت‌های بین‌المللی بدون برنامه‌ریزی و استراتژی نیز به خودی خود، ارزشی را ایجاد نمی‌کند؛ مگر آنکه با ارتقای زیرساخت‌ها و کسب تجربه همکاری در این سطح، توانمندی‌ها و نیازهای خود را

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

بهتر شناخته، خود را برای استفاده از فرصت‌های بین‌المللی آماده کنیم؛ ۶- موانع قانونی: تشکیل یک شرکت بین‌المللی، گامی فراتر از خصوصی‌سازی صنایع است؛ زیرا در این فرآیند، عملاً دست مدیریت بین‌المللی به شرکت‌ها و نهادهایی می‌رسد که مدت‌هاست در تملک بی‌قید و شرط دولت بوده است. متاسفانه به هر علت، تاکنون نتوانسته‌ایم شرکت‌های خصوصی را در کشور پرورش دهیم که بتوان از آنها انتظار فعالیت در این سطح را داشت و شرکت‌های دولتی مثل شرکت ملی نفت ایران نیز هم به لحاظ قانونی و هم به لحاظ اجرایی، دارای موانع بسیار است که یکی از اولین اقدامات اساسی در جهت بین‌المللی شدن، تغییر و یا تطبیق این قوانین با شرایط بازار و دنیای صنعت نفت هست (زارع‌میرک‌آباد، ۱۳۹۴: ۸۴-۸۲؛ شهمیرزادی، ۱۳۸۳: ۷-۸).

۳-۲-الگوی فرآیند بین‌المللی‌شدن‌شرکت‌های ملی نفت

سیر تحولات شرکت‌های ملی نفت به سوی جهانی شدن را می‌توان در قالب ۵ فاز تقسیم‌بندی کرد. این فازها بر اساس تغییرات بنیادی در توانمندی‌ها، واقعیت‌های کسب‌وکار که شرکت‌ها و دولت‌ها با آن مواجه شده‌اند و اهداف یا عملکردهایی که توسط شرکت‌ها انجام شده‌اند، تفکیک شده است. این ۵ فاز شامل موارد زیر هستند: ۱- صنعت نفت در کشورهای دارای منابع نفت قبل از ملی شدن؛ ۲- تأسیس و تکامل یک شرکت ملی نفت؛ ۳- فرابلوغ، تبدیل‌شدن به یک بازیگر عملیاتی و شروع فرآیند بین-المللی‌شدن؛ ۴- خصوصی‌سازی و تکمیل فرآیند بین‌المللی‌شدن و ۵- حرکت به سمت تبدیل‌شدن به یک بازیگر جهانی. در واقع، پیدایش و تکامل اولویت‌های عملیاتی و وظایف شرکت‌های ملی نفت با این ۵ فاز منطبق و همزمان است؛ به نحوی که در هر کدام از مراحل، با تغییر اهداف و ساختار شرکت‌های ملی نفت، دوره جدیدی در استراتژی‌ها و روند حرکت این شرکت‌ها پدید می‌آید. در این مسیر و مراحل پنجگانه، اولویت‌های غیرتجاری شرکت‌های ملی نفت در اوایل فعالیت، به مرور زمان و طی سال‌های پیشرفت آنها، به وظایف و اولویت‌های خلق ثروت تبدیل می‌شود. این شرکت‌ها در ابتدا در زمینه‌های غیرتجاری دارای اولویت هستند. این اولویت‌ها به مرور زمان و طی دوره‌های زمانی گذار، کم‌رنگ‌تر شده و این شرکت‌ها به سمت یک اولویت واحد تجاری حرکت می‌کنند (گوردون و استنول، ۲۰۰۷: ۵۵- ۴؛ مهدن و ترونر، ۲۰۰۷: ۴۵- ۸ ؛ کای، ۲۰۱۳: ۵۵؛ بندریان، ۱۳۹۸ب:۵۸). اولویت‌های غیرتجاری اولیه شرکت‌های ملی نفت، اغلب شامل: ایجاد ثروت ملی، توسعه اقتصادی و مدیریت و تنظیم‌گری (قانون‌گذاری) است؛ ولی شرکت‌های ملی نفت پس از جهانی‌شدن به سمت اولویت‌های کاملاً تجاری حرکت می‌کنند؛ به نحوی که بتوانند مانند یک شرکت خصوصی، تخصصی و حرفه‌ای در زمینه خود

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

عمل کنند و با در اختیار قرار دادن سود و بازگشت سرمایه برای سهامداران خود، باقی امور و تصمیم‌گیری در خصوص اهداف و نیازها و موارد مصرف سرمایه را بر عهده آنها (از جمله دولت‌ها) بگذارند. به‌طور ساده، اولویت تجاری شرکت‌های ملی نفت پس از جهانی شدن، شامل خلق ثروت، بازگشت سرمایه، سودآوری و بازگشت سود به سهامداران است. به عبارت دیگر، وظایف غیرتجاری شرکت‌های ملی نفت قبل از جهانی‌شدن شامل: مواردی چون توزیع دوباره ثروت (جمع‌آوری و پرداخت یارانه‌های سوختی و سایر کمک هزینه‌ها به مردم از طریق پرداخت حقوق بازنشستگی، مشاغل و سایر روش‌ها)، دخالت در سیاست‌های انرژی ملی[1](تضمین تأمین انرژی در بازار مصرف داخلی و کمک در تأمین بودجه سایر پروژه‌های انرژی) و در اختیار داشتن ابزارهای سیاست‌گذاری خارجی[2](دیپلماسی نفتی، ترکیب مشارکت با سایر شرکت‌ها و توسعه بومی و یا روابط بسیار قدرتمند) است؛ اما پس از حرکت به سوی جهانی شدن، وظایف قبلی مانند ایجاد ثروت ملی، مدیریت و تنظیم‌گری کاهش یافته و وظایف مورد توقع از آنها به صورت ساده بر خلق ثروت از طریق وظایف تجاری متمرکز می‌شود (زارع‌میرک‌آباد، ۱۳۹۴: ۵۵؛ بندریان، ۱۳۹۸ب: ۵۷).

نمودار شماره (۱): مراحل سیر تحولات شرکت‌های ملی نفت به سوی جهانی‌شدن (گوردون و استنول، ۲۰۰۷؛ مهدن و ترونر، ۲۰۰۷؛ کای، ۲۰۱۳؛ بندریان، ۱۳۹۸ب، بندریان، ۱۳۹۸ج).

1 .National Energy Policy
2 .Foreign Policy Tool

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]
[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

۳- مطالعه میدانی و فرایند گردآوری داده‌های پژوهش

از دید روش‌شناسی، پژوهشگران بر این باورند که روش تحقیق کیفی، بینش عمیق‌تری را در قبال پدیده‌های فرایندی فراهم می‌سازند.

یکی از ویژگی‌های پژوهش کیفی، تعامل فوق‌العاده بین پژوهشگر و محیط پیرامونی است و درک عمیقی از مسأله پژوهش را فراهم می‌آورد (بلوهم؛ هارمان؛ لی و میتچل، ۲۰۱۱: ۱۸۹۱- ۱۸۶۶). با این وجود، انواع مختلفی از راهبردهای کیفی تحقیق وجود دارد که اغلب به واسطه تفاوت در شیوه جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها تفاوت‌هایی با یکدیگر دارند. یکی از انواع مختلف این راهبردها، روش نظریه برخاسته از داده‌هاست که به واسطه ویژگی‌های خاص آن در تحقیقات، مورد استفاده قرار گرفته است. هدف نهایی نظریه برخاسته از داده‌ها، ارائه تبیین‌های جامع نظری در مورد پدیده‌ای خاص است. به طورکلی، این راهبرد؛ داده‌های حاصل از منابع اطلاعاتی را به مجموعه‌ای از کدها، کدهای مشترک را به مقوله‌ها و آنگاه مقوله‌ها را به نظریه تبدیل می‌کند (اشتراوس و کوربین، ۱۹۹۸: ۱۰۱). با توجه به این‌که در این پژوهش نیز به دنبال نظریه‌پردازی در خصوص فرآیند بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران و موانع حقوقی پیش‌روی در راستای بین‌المللی‌شدن و تدوین مدل بومی هستیم، بنابراین از این روش تحقیق استفاده شده است.

۳-۱- نمونه‌گیری نظری

جامعه آماری پژوهش حاضر در بخش کیفی و برای دستیابی به مدل مفهومی اولیه، موانع حقوقی پیش‌روی شرکت ملی نفت ایران در راستای بین‌المللی شدن، شامل: اعضای هیات علمی دانشگاه‌ها، کارشناسان حقوقی و مدیران اجرایی‌اند که سابقه اجرایی در صنعت نفت را داشته و در زمینه مسائل حقوقی نفت صاحب‌نظر هستند.

جدول شماره (۳): آمارهای جمعیت‌شناختی خبرگان

کد خبره	جنسیت	سن	تخصص	مسئولیت	تجربه
۱	مرد	۶۲	مدیریت اکتشاف	مدیر عامل و عضو هیأت مدیره شرکت ملی نفت ایران	۲۷ سال
۲	مرد	۵۸	حقوق بین‌الملل	عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی	۲۸ سال

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

کد خبره	جنسیت	سن	تخصص	مسئولیت	تجربه
۳	مرد	۴۵	مدیریت صنعتی	عضو هیأت علمی/ اجرایی- پژوهشگاه وزارت نفت	۱۲ سال
۴	مرد	۴۵	مدیریت منابع انسانی	عضو هیأت علمی دانشگاه	۲۳ سال
۵	مرد	۵۸	حقوق خصوصی	عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی	۲۰ سال
۶	مرد	۶۲	مدیریت دولتی	عضو هیأت علمی/ اجرایی	۳۰ سال
۷	مرد	۴۷	مدیریت	عضو هیأت علمی/ اجرایی- عضو هیات مدیره	۲۸ سال
۸	مرد	۶۸	حقوق بین‌الملل	عضو هیأت علمی دانشگاه تهران	۳۳ سال
۹	مرد	۶۲	حقوق خصوصی	عضو هیأت علمی دانشگاه تهران	۳۰ سال
۱۰	مرد	۵۰	حقوق عمومی	کارشناس ارشد حقوقی شرکت ملی نفت ایران	۱۵ سال
۱۱	مرد	۵۵	حقوق عمومی	کارشناس ارشد حقوقی شرکت ملی نفت ایران	۱۸ سال
۱۲	زن	۵۰	مدیریت صنعتی	عضو هیأت علمی دانشگاه تهران	۱۰ سال
۱۳	مرد	۵۵	مدیریت اجرایی	عضو هیأت مدیره شرکتی خصوصی نفتی	۲۰ سال
۱۴	مرد	۵۸	مدیریت صنعتی	عضو هیأت مدیره شرکتی خصوصی نفتی	۲۵ سال
۱۵	مرد	۵۲	مدیریت بازرگانی، استراتژی	عضو هیأت علمی دانشگاه تهران	۲۰ سال

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

۲-۳- جمع‌آوری داده

ابزار اصلی مورد استفاده برای تدوین چارچوب مفهومی در این پژوهش، مصاحبه نیمه‌ساختارمند است. جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگانی است که از سویی، دانش کافی درخصوص مباحث بین‌المللی‌سازی، به‌خصوص موضوعات حقوقی مربوط به بین‌المللی‌شدن و از سوی دیگر، تجربه عملی و آشنایی لازم با شرکت ملی نفت ایران را داشته باشند. در ابتدای هر مصاحبه، ابتدا توضیحاتی در مورد موضوع مورد نظر داده می‌شد و پس از اطمینان از روشن‌بودن موضوع برای خبره مورد نظر، سؤال‌ها پرسیده شده است. پس از هر مصاحبه بر اساس روش نمونه‌گیری نظری گلوله برفی، از مصاحبه‌شونده خواسته می‌شد تا افرادی را که از نظر آنها، اشراف کامل به موضوع دارند را معرفی نمایند؛ سپس، سابقه علمی و تجربی افراد بررسی و مصاحبه با آنها ترتیب داده می‌شد. گردآوری اطلاعات از فروردین ماه ۱۳۹۸ آغاز گردید و تا شهریور ماه ۱۳۹۸ ادامه یافت. در این پژوهش با پانزده خبره مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد که از مصاحبه دهم به بعد، تکرار در اطلاعات مشاهده گردید (اشباع نظری)؛ اما برای اطمینان، انجام مصاحبه‌ها تا پانزدهمین خبره ادامه یافت. مدت زمان هر مصاحبه به طور متوسط یک ساعت بود. تمام مصاحبه‌ها برای استخراج کدهای اولیه بر روی کاغذ پیاده گردید. از آنجایی که در این پژوهش، برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه از روش نظریه برخاسته از داده‌ها استفاده شده است؛ ابتدا متن هر مصاحبه، بررسی شده است و با توجه به هر جمله اساسی درون متن، نکات کلیدی در مصاحبه برای کدگذاری باز، مفهوم‌سازی، همچنین مقوله‌بندی استخراج گردیده است. به منظور سازماندهی بهتر فرایند تحلیل، برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، از نرم‌افزار Atlas Taاستفاده شده است.

جدول شماره (۴): راهنمای مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته: مجموعه سوال‌های اصلی و فرعی طراحی‌شده برای مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته

سوالات اصلی	سوالات فرعی
۱- تعریف مفهومی و عملیاتی از بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران چیست؟	۱- با توجه به تسلط جنابعالی به مبانی نظری شرکت‌های بین‌المللی، تعریف مفهومی و عملیاتی شما از بین‌المللی شدن شرکت ملی نفت ایران چیست؟ ۲- از نظر شما، شرکت ملی نفت ایران برای تبدیل‌شدن به یک شرکت بین-المللی، نیازمند چه زیرساخت‌ها و توانمندی‌های حقوقی است؟ لطفاً نام ببرید؟
۲- مجموعه قوانین و مقررات	۱- از نظر شما، مجموعه قوانین و مقررات اصلی موثر بر عملکرد و فعالیت‌های

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

سوالات اصلی	سوالات فرعی
موثر بر عملکرد و فعالیت‌های شرکت ملی نفت ایران کدامند؟	شرکت ملی نفت ایران کدامند؟ ۴- آیا بین مجموعه قوانین و مقررات موثر بر فعالیت‌های شرکت ملی نفت ایران با اسناد قانونی بالادستی هم راستایی و یکپارچگی وجود دارد؟
۳- تعریف موانع حقوقی چیست؟	۲- تعریف شما از مفهوم موانع حقوقی در نظام حقوقی ایران چیست؟
۴- مهم‌ترین موانع حقوقی پیش روی شرکت ملی نفت ایران در راستای بین‌المللی شدن کدامند؟	۱- آیا در نظام حقوقی ایران برای تسهیل فرآیند بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران، خلا قانونی وجود دارد؟ ۲- آیا در قوانین و مقررات حاکم بر عملکرد و فعالیت‌های شرکت ملی نفت ایران، ابهام وجود دارد؟ ۳- آیا در قوانین بالادستی حاکم بر عملکرد و فعالیت‌های شرکت ملی نفت ایران، مشکل تفسیر رسمی از قانون وجود دارد؟ ۴- آیا در مجموعه قوانین و مقررات هم‌عرض حاکم بر فعالیت‌های شرکت ملی نفت ایران، مشکل تفسیر رسمی از قانون وجود دارد؟ ۵- آیا شرکت ملی نفت ایران با مقوله عدم‌اجرای صحیح و کارآمد قوانین و مقررات موجود مواجه است؟ ۶- از نظر شما، اساسنامه فعلی شرکت ملی نفت ایران، اثربخشی و کارایی لازم برای تسهیل فرآیند بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران را دارد؟ ۷- از نظر شما ساختار مالکیت دولتی در شرکت ملی نفت ایران می‌تواند به عنوان مانع حقوقی در راستای بین‌المللی‌شدن مطرح باشد؟ ۸- آیا عدم‌شفافیت در اطلاع‌رسانی چگونگی انعقاد قراردادها در شرکت ملی نفت ایران می‌تواند به عنوان مانع حقوقی در راستای بین‌المللی‌شدن مطرح باشد؟ ۹- آیا برخوردارنبودن واحدهای تابعه صنعت نفت از نظام‌های قانونمند مستقل مالی و مدیریتی به عنوان مانع در راستای بین‌المللی‌شدن مطرح است؟ ۱۰- از نظر شما، چه موانع حقوقی دیگری در راستای بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران وجود دارد؟

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

۳-۳- نظم‌دهی و تحلیل داده‌ها

کدگذاری، اساس فرایند تحلیلی در نظریه‌پردازی داده‌بنیاد است. در نظریه‌پردازی داده بنیاد از سه نوع کدگذاری استفاده می‌شود؛ کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی (اشتراوس و کوربین، ۱۹۹۸: ۱۰- ۶).

الف) کدگذاری باز: در این پژوهش، ابتدا کلیه مصاحبه‌ها به شکل کامل و بدون هرگونه قضاوت و تحلیل به شکل مکتوب و نوشتاری تهیه گردید؛ سپس با کدگذاری کلیه عبارت‌ها از مجموع ۱۵ مصاحبه صورت‌پذیرفته، ۴۰۰ عبارت استخراج گردید. با حذف عبارت‌های نامربوط از فرایند کدگذاری، ۱۲۰ کد اولیه در اختیار قرار گرفت. با توجه به اینکه مفاهیم متنوعی از داده‌ها استخراج شده بود و دسته‌بندی آنها در تعداد قابل بررسی، ممکن نبود؛ کدگذاری باز در سطح مفاهیم برای بار دوم به انجام رسید. در این مرحله، پژوهشگر از ۴۵ کد اولیه به ۲۰ مفهوم ثانویه دست یافت و در مرحله آخر از مجموع ۲۰ مفهوم ثانویه ۵ مقوله استخراج شد.

جدول شماره (۵): تعداد کدهای اولیه، ثانویه، مفاهیم و مقولات

عبارت	کد اولیه	مفهوم اولیه	مفهوم ثانویه	مقوله
۴۰۰	۱۲۰	۴۵	۲۰	۵

نمونه‌ای از کدهای باز، مفاهیم اولیه و مقوله‌های استخراج‌شده از متن مصاحبه‌ها به شرح جدول شماره (۶) است. این مصاحبه ناظر بر شناسایی مؤلفه‌های اصلی مربوط به موانع حقوقی بود که پنج بعد برای موانع حقوقی پیش‌روی شرکت ملی نفت ایران در راستای بین‌المللی‌شدن در مصاحبه با نفر اول شناسایی شد.

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

جدول شماره (۶): کدهای باز، مفاهیم و مقوله‌ها از مصاحبه نفر اول

نکات کلیدی	کد	کدگذاری باز	مفاهیم	مقوله
۱- اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و تفسیر مربوط به‌آن (در اصل ۴۴ قانون اساسی آمده است که نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر پایه سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی با برنامه‌ریزی منظم و صحیح استوار است.)	۱-۱	مالکیت شرکت ملی نفت ایران	مسائل و سوءتعبیر از اصول قانونی اساسی (اصل‌های ۴۴، ۴۶، ۷۷، ۸۱، ۸۲، ۱۳۹)	تفسیر رسمی از قانون
۲- اصل ۴۶ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و تفسیر مربوط به آن (در اصل ۴۶ قانون اساسی آمده است که هرکس مالک حاصل کسب و کار مشروع خویش است و هیچ‌کس نمی‌تواند به عنوان مالکیت نسبت به کسب و کار خود امکان کسب و کار را از دیگری سلب کند.)	۱-۲	حقوق مالکیت فکری و معنوی		
۳- اصل ۷۷ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و تفسیر مربوط به آن (در اصل ۷۷ قانون اساسی آمده است که تعهدنامه‌ها، مقاوله‌نامه‌ها، قراردادها و موافقت‌نامه‌های بین‌المللی باید به تصویب مجلس شورای اسلامی برسد.)	۱-۳	عدم استقلال مدیریتی		
۴- اصل ۸۱ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و تفسیر مربوط به آن(در اصل ۸۱ قانون اساسی آمده است که دادن امتیاز تشکیل شرکت‌ها و موسسات در امور تجارتی، صنعتی، کشاورزی، معادن و خدمات به خارجیان مطلقاً ممنوع است.)	۱-۴	تشکیل شرکت بین‌المللی		
۵- اصل ۸۲ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و تفسیر مربوط به آن(در اصل ۸۲ قانون اساسی آمده است که استخدام کارشناسان خارجی از طرف دولت ممنوع است؛ مگر در موارد ضروری و با تصویب مجلس شورای اسلامی.)	۱-۵	عدم استقلال مدیریتی		
۶- اصل ۱۳۹ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و تفسیر مربوط به آن(در اصل ۱۳۹ قانون اساسی آمده است که صلح دعاوی راجع به اموال عمومی و دولتی یا ارجاع آن به	۱-۶	عدم استقلال مدیریتی		

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

نکات کلیدی	کد	کدگذاری باز	مفاهیم	مقوله
داوری در هر مورد، موکول به تصویب هیأت وزیران است و باید به اطلاع مجلس برسد.)				
۷- پراکندگی و کثرت قانون‌گذاری در نظام حقوقی ایران	۱-۷	تعداد زیاد قوانین و مقررات	تعدد مراکز قانون‌گذاریدر ایران	پراکندگی در قوانین
۸- برخوردار نبودن واحدهای تابعه صنعت نفت از نظام‌های قانونمند مستقل مالی و مدیریتی	۱-۸	عدم‌استقلال مالی و مدیریتی		
۹- ساختار مالکیت دولتی در شرکت ملی نفت ایران	۱-۱۴	عدم‌کارایی و تورم نیروی انسانی		
۱۰- کهنگی اساسنامه شرکت ملی نفت ایران متناسب با تحولات محیطی	۱-۱۰	مسائل مربوط به اساسنامه		
۱۱- تمرکز شدید در صنعت نفت ایران	۱-۱۸	عدم‌شکل‌گیری رقابت سالم		
۱۲- عدم‌شفافیت در اطلاع‌رسانی و چگونگی انعقاد قراردادها و سایر فرآیندهای سازمانی	۱-۱۹	عدم امکان نقد و تحلیل منصفانه		
۱۳- کهنگی و ضعف موجود در قانون تجارت ایران درخصوص ارکان اصلی اصول حاکمیت شرکتی مانند: ساختار، ترکیب و وظایف هیأت‌مدیره، سازوکارهای استقلال و نظارت بر هیأت مدیره، حق رأی سهامداران، سازوکارهای حمایت از حقوق سهامداران اقلیت در مقابل سهامداران عمده و مدیران شرکت	۱-۲۵	ضعف در راهبری شرکتی	عدم توجه‌جدی به اهمیت مقوله راهبری شرکتی	خلا قانونی
۱۴- عدم‌اجرای مناسب قوانین و مقررات حاکمیت شرکتی	۱-۲۶	خلاء قانونی در ضمانت اجرا		
۱۵- قوانین مربوط به حمایت از حقوق مالکیت فکری	۱-۲۷	خلاء قانونی		
۱۶- عدم‌پیش‌بینی راه‌حلی مناسب برای حل و فصل اختلافات ناشی از همکاری با شرکت-های خارجی	۱-۲۸	خلاء قانونی در حل اختلاف		
۱۷- عدم‌تعامل مناسب شرکت ملی نفت ایران با سازمان‌های بین‌المللی.	۱-۳۵	خلاء قانونی در الزام به همکاری		
۱۸- وجود خلاء قانونی در نظام حقوقی ایران درخصوص تشکیل کنسرسیوم‌های بین‌المللی	۱-۴۰	خلاء قانونی در بستر قانونی		
۱۹- عدم تصویب قوانین جامع و پیشرو در حوزه نفت به طورکلی	۱-۴۲	خلاء قانونی در مورد به روزرسانی		
۲۰- به طورکلی اسناد قانونی بالادستی با قوانین پایین‌دستی، هم‌راستایی ندارند.	۱-۴۴	هم‌راستایی بین قوانین	ضعف در ایجاد	عدم هم راستایی و

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

نکات کلیدی	کد	کدگذاری باز	مفاهیم	مقوله
۲۱- محدودیت‌های موجود در قانون تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی (انتقال ارز و ارجاع به داور)	۱-۴۵	یکپارچگی بین قوانین	هماهنگی بین قوانین بالادستی و پایین دستی	یکپارچگی بین قوانین
۲۲- مسائل مربوط به قانون ثبت شرکت‌ها	۱-۴۶	یکپارچگی بین قوانین		
۲۳- مقررات ارزی و انتقال ارز در ایران	۱-۴۷	یکپارچگی بین قوانین		
۲۴- قوانین مالیاتی و سیاست‌های اجرایی مربوط به قوانین مالیاتی	۱-۴۸	یکپارچگی بین قوانین		
۲۵- مقررات مربوط به صادرات و واردات در ایران	۱-۴۹	یکپارچگی بین قوانین		
۲۶- عدم اجرای صحیح قوانین توسعه‌ای بالادستی (سند چشم‌انداز، برنامه توسعه، اقتصاد مقاومتی ...)	۱-۵۰	مسائل اجرایی	عدم‌توجه به ایجاد زیرساخت‌های لازم برای اجرای قوانین	عدم اجرای صحیح قوانین
۲۷- فقدان هماهنگی‌های لازم بین نهادهای نظارتی و کنترلی	۱-۵۱	مسائل اجرایی		
۲۸- عدم‌اجرای صحیح قوانین مربوط به سیاست‌های آزادسازی و خصوصی‌سازی	۱-۵۲	مسائل اجرایی		

ب) کدگذاری محوری

در این پژوهش، از الگوواره کدگذاری نیمه‌ساخت‌یافته اشتراوس و کوربین استفاده شده است. این روش کدگذاری به این دلیل محوری گفته می‌شود که کدگذاری حول «مقوله محوری» انجام می‌شود. وظیفه محقق در این مرحله، دسته‌بندی و مقایسه عناوین استخراج شده از داده‌هاست. پس از مرحله اول، محقق خود را با انبوهی از داده‌های خام روبه‌رو می‌بیند که چندان به هم ربطی ندارند؛ اما با بررسی‌های بیشتر، پیوندهای نامرئی هویدا خواهد شد. با مقایسه مفاهیم مختلف می‌توان زمینه‌های مشترک را میان آنها کشف کرد که امکان طبقه‌بندی مفاهیم مشابه را در قالب‌های بالا فراهم می‌نماید (سالدانا، ۲۰۰۹: ۶۰-۵۸). پارادایم کدگذاری اشتراوس و کوربین به شرح زیر است:

شرایط علّی مقوله‌های مربوط به شرایط تاثیرگذار بر پدیده محوری هستند؛

زمینه‌ها، شرایط خاصی هستند که بر پدیده محوری تاثیر می‌گذارند؛

پدیده‌محوری، یک صورت ذهنی از پدیده‌ای است که اساس فرایند است. پدیده محوری نشان‌دهنده مفهوم مرکزی پژوهش است که با پرسیدن سوال‌هایی از قبیل زیر شناسایی می‌شود:

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

ایده تحلیلی اصلی در این تحقیق چیست؟ اگر یافته‌های پژوهش را بخواهیم در چند جمله مفهوم‌سازی نماییم، چه باید بگوییم؟ همه کنش‌ها و تعاملات نشأت‌گرفته از آن چه‌چیزهایی هستند؟ پژوهشگر چگونه می‌تواند تنوع مشاهده‌شده میان مقولات را توضیح دهد؟

شرایط واسطه‌ای، شرایط زمینه‌ای عمومی هستند که بر اثر تغییر در علت‌ها تغییر می‌یابند و بر پدیده محوری موثر هستند؛

استراتژی‌ها، بیانگر تعاملاتی هستند که از پدیده‌محوری منتج می‌شوند. درحقیقت، محقق باید مشخص کند که با تغییر شرایط، چه کنش‌هایی محقق می‌شود و

پیامدها مقوله‌هایی هستند که در اثر تحقق کنش‌ها و تعاملات ایجاد می‌شوند.

در این پژوهش، الزام شرکت ملی نفت ایران به بین‌المللی‌شدن را به عنوان پدیده محوری، عوامل علّی، شرایط واسطه‌ای و عوامل زمینه‌ای موثر بر بین‌المللی‌شدن و پیامدهای بین‌المللی شدن شرکت ملی نفت ایران می‌پردازیم.

٤-۳- ارزیابی اتکا پذیری یافته‌ها

طراحی روش‌شناسی و طرح تحقیق این پژوهش به نحوی است که بتواند داده‌ها و تفسیرهایی مناسب و موثق را برای موانع حقوقی پیش روی شرکت ملی نفت ایران در راستای بین‌المللی‌شدن ارائه دهد. جدول شماره (۷)، خلاصه‌ای از معیارهای سنجش کفایت فرایند تحقیق وکیفیت داده‌ها و تفسیرها را نشان می دهد.

جدول شماره (۷): معیارهای مربوط به ارزیابی کیفیت یافته‌های پژوهش

معیارها	شرح
اعتمادپذیری	۱- بررسی چندین‌باره سوال‌های مصاحبه نیمه‌ساخت و کنترل آنها با خبرگان به‌منظور روشن و شفاف‌بودن سوال‌ها؛ ۲- ارسال خلاصه‌ای از طرح تحقیق پژوهش به‌منظور آماده‌بودن ذهن مصاحبه‌شونده؛ ۳- دقت پژوهشگر و چندین‌بار بررسی کدهای اتخاذ شده از مصاحبه‌ها؛ ۴-گردآوری اطلاعات کافی با رعایت اشباع نظری؛ و ۵- بررسی و پالایش نظریه صورت‌بندی‌شده با چند نفر از خبرگان.
انتقال‌پذیری	۱- نمونه‌گیری نظری و هدفمند؛ ۲- اطلاعات ارائه شده در مورد پدیده تحت بررسی، از کفایت لازم برای ارزیابی امکان انتقال‌یافته‌ها به موقعیت‌های مشابه برخوردار است؛ ۳- مفاهیم نظری ارائه شده از داده‌های حاصل از تمامی مصاحبه‌شوندگان این مطالعه پژوهشی استخراج شده است.

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

معیارها	شرح
اتکاپذیری	۱- احصای تجربیات جاری و پیشین خبرگان در مورد موضوع پژوهش؛ ۲- رعایت ابزارهای روش‌شناختی در طول پژوهش؛ و ۳- مستندسازی جامع مصاحبه‌ها از طریق نرم‌افزار اطلس.
تصدیق پذیری	۱- مرور مصاحبه‌های پیاده‌شده و ارزیابی تفسیرهای محقق از سوی دیگران؛ ۲- بسط و پالایش تفسیرها از طریق تایید خلاصه الگوی صورت‌بندی‌شده توسط ۳ تن از خبرگان.
بازآوایی	۱- باز بودن مصاحبه‌ها و اختصاص زمان کافی به آنها پرده از ماهیت پیچیده پدیده مورد بررسی برداشت؛ ۲- تطبیق یافته‌ها با مبانی نظری و روش‌شناسی پژوهش کیفی؛ ۳- تسلط پژوهشگر به نرم‌افزارهای مدیریت داده‌ها؛ و۴- انجام مصاحبه‌ها به صورت حرفه ای، بی‌نام، و در فضایی دوستانه.
مفید بودن	۱- قابلیت کاربرد یافته‌ها در خط‌مشی‌گذاری عمومی در صنعت نفت ایران؛ ۲- سهم علمی یافته‌ها در تدوین مدل بومی.
اصیل بودن	۱- جدید بودن برخی از مفاهیم احصاشده؛ ۲- معنادار بودن یافته‌ها در شرایط ایرانی؛ ۳- برخی از یافته‌های پژوهش، مفاهیم و ایده‌های موجود را به چالش می‌کشند.
تعدیل پذیری	۱- چارچوب احصاشده از ظرفیت لازم برای اصلاح و تعدیل در طول زمان مبتنی بر یافته‌های جدید برخوردار است.

٤- یافته‌های پژوهش

در مصاحبه‌های انجام‌شده با خبرگان سعی شد تا فرآیند بین‌المللی‌شدن و مولفه‌های مربوط به موانع حقوقی پیش روی شرکت ملی نفت ایران در راستای بین‌المللی‌شدن احصا شود. در مصاحبه‌ها به بررسی تعاریف مفهومی و عملیاتی از بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران و موانع حقوقی پیش رو پرداخته شد و نتایج حاصل از مصاحبه‌ها در جدول شماره (۸) احصا شد. از نظر خبرگان، موانع حقوقی پیش روی شرکت ملی نفت ایران در راستای بین‌المللی شدن شامل: تفسیر رسمی از اصول قانون اساسی، تعدد و پراکندگی در قوانین، خلا قانونی، عدم هم‌راستایی و یکپارچگی بین قوانین و عدم‌اجرای صحیح قوانین و مقررات را شامل می‌شود. در این نوع از موانع حقوقی، شرکت ملی نفت ایران در صورت حرکت به سمت بین‌المللی‌شدن با موانع تفسیر رسمی از اصول قانون اساسی (اصول ۴۴، ۴۶، ۷۷، ۸۱، ۸۲، ۱۳۹)، تعدد و پراکندگی در قوانین پایین‌دستی، خلا قانونی در حوزه‌های تشکیل کنسرسیوم‌های بین‌المللی و حقوق مالکیت فکری، عدم‌هم‌راستایی بین قوانین بالادستی، همچنین؛ یکپارچگی بین قوانین هم‌سطح و

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

درنهایت، عدم‌اجرای صحیح قوانین و مقررات مواجه خواهد بود. بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران در نهایت موجب پیامدهایی مانند: دسترسی به شبکه‌های توانمندی‌های بین‌المللی و انتقال فناوری، قدرت تاثیرگذاری در مناسبات سیاسی- اقتصادی منطقه‌ای و بین‌المللی و توسعه توانمندی‌های مختلف حاصل از فعالیت‌های خارج از مرزهای ملی خواهد شد.

جدول شماره (۸): یافته‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان درخصوص تعریف عملیاتی برای بین-المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران

مقوله محوری	مفاهیم ثانویه	فراوانی مفاهیم اولیه	فراوانی کد های اولیه
تعریف عملیاتی برای بین‌المللی شدن شرکت ملی نفت ایران	داشتن سهم تولید از میادین نفت و گاز در خارج از مرزهای ملی، داشتن ذخایر هیدروکربنی در خارج از مرزهای ملی (حداقل ۲۰ درصد)	۱۱	۲۱
	داشتن سهم تجارت از منابع نفتی با مبدا خارجی (حفظ سهم بازارهای فعلی و برنامه‌ریزی برای توسعه و نفوذ در بازارهای جدید)	۶	۱۸
	ایجاد درآمد و ثروت از طریق فروش خدمات فنی و غیر فنی (فروش دانش و خدمات فنی در حوزه‌های مختلف زنجیرهٔ ارزش در صنعت نفت (پروژه‌های اکتشاف، حفاری، توسعه میدان، آموزش و پژوهش در صنعت نفت و ...)	۴	۹
موانع حقوقی پیش روی شرکت ملی نفت ایران در راستای بین‌المللی‌شدن	تفسیر رسمی از اصول قانون اساسی (اصول ۴۴، ۴۶، ۷۷، ۸۱، ۸۲، ۱۳۹)	۱۴	۲۰
	تعدد و پراکندگی در قوانین پایین‌دستی	۸	۱۴
	خلا قانونی در حوزه‌های تشکیل کنسرسیوم‌های بین‌المللی، حقوق مالکیت فکری و تشکیل اتحادهای استراتژیک بین شرکت‌های داخلی و بین‌المللی	۶	۱۲
	عدم هم‌راستایی و یکپارچگی بین قوانین بالادستی، همچنین یکپارچگی بین قوانین هم‌سطح	۱۰	۱۸

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

مقوله محوری	مفاهیم ثانویه	فراوانی مفاهیم اولیه	فراوانی کد های اولیه
	عدم‌اجرای صحیح قوانین و مقررات	۱۸	۲۰

نتایج حاصل از کدگذاری باز و محوری

مقوله‌های احصا شده از نتایج مصاحبه با خبرگان در جدول شماره (۹) منعکس شده است. همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌شود، اتفاق‌نظر قابل ملاحظه‌ای بین خبرگان درخصوص مقوله‌های احصاشده دیده می‌شود.

جدول شماره (۹): ماتریس کیفی مقوله‌ها

کد خبره / مقوله ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱- اصل ۴۴ قانون اساسی	*	*	*	*		*	*	*			*	*		*	*
۲- اصل ۴۶ قانون اساسی	*			*	*	*				*				*	*
۳- اصل ۷۷ قانون اساسی	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*		*
۴- اصل ۸۱ قانون اساسی	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*
۵- اصل ۸۲ قانون اساسی	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*		*	*
۶- اصل ۱۳۹ قانون اساسی	*	*	*	*	*			*	*				*	*	*
۷- پراکندگی قانون-	*	*		*				*		*				*	*

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

کد خبره / مقوله ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
گذاری															
۸- استقلال مالی و مدیریتی	*					*							*	*	*
۹- ساختار مالکیت دولتی	*	*	*	*	*	*		*		*	*	*		*	*
۱۰- کهنگی اساسنامه	*	*	*	*	*	*		*		*	*	*	*	*	*
۱۱- تمرکز در صنعت نفت	*	*	*				*	*	*		*			*	
۱۲- عدم‌شفافیت		*	*		*		*	*			*		*	*	*
۱۳- ضعف قانون تجارت ایران	*	*	*	*	*	*		*			*	*	*	*	*
۱۴- عدم اجرای قوانین حاکمیت شرکتی	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*		*	*	*
۱۵- حمایت از حقوق مالکیت فکری	*	*	*	*	*						*	*			
۱۶- حل و فصل اختلافات همکاری	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	
۱۷- تعامل نامناسب با سازمان‌های بین‌المللی	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*
۱۸- خلا قانونی در خصوص تشکیل کنسرسیوم‌های بین-المللی	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

کد خبره / مقوله ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱۹- عدم تصویب قوانین جامع و پیشرو در حوزه نفت به طورکلی	*				*	*			*			*	*	*	
۲۰- عدم هم‌راستایی اسناد قانونی بالادستی با قوانین پایین‌دستی	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
۲۱- محدودیت‌های قانون حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی	*	*				*	*	*	*	*					*
۲۲- مسائل مربوط به قانون ثبت شرکت‌ها		*	*	*	*				*			*	*	*	
۲۳- مقررات ارزی و انتقال ارز در ایران	*	*	*	*	*	*	*				*	*	*	*	*
۲۴- قوانین مالیاتی و سیاست‌های اجرایی مربوط به قوانین مالیاتی	*		*	*		*		*			*	*	*	*	*
۲۵- مقررات مربوط به صادرات و واردات در ایران	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*		*
۲۶- عدم اجرای صحیح قوانین توسعه‌ای بالادستی	*	*	*	*	*	*	*	*			*	*			
۲۷- فقدان هماهنگی-			*		*		*	*	*			*	*	*	

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

کد خبره / مقوله ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
های لازم بین نهادهای نظارتی و کنترلی															
۲۸- عدم اجرای قوانین سیاست‌های آزادسازی و خصوصی‌سازی	*	*	*	*	*	*		*		*		*	*	*	*

با در نظر گرفتن چارچوب اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸)، مقولات و مفاهیم مرتبط با ابعاد مختلف چارچوب احصا گردید که نتایج آن در جدول شماره (۱۰) منعکس شده است.

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

جدول شماره (۱۰): فراوانی مقولات و مفاهیم مرتبط برحسب ابعاد مختلف چارچوب اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸)

عناصر چارچوب	مقولات	مفاهیم ثانویه	فراوانی مفاهیم اولیه	فراوانی کد های اولیه
عوامل علّی	الزامات تعیین‌شده در اسناد و چشم‌اندازهای بالادستی کشور	سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴، سیاست‌های کلی نظام در بخش انرژی و برنامهٔ ششم توسعهٔ کشور	۱۰	۲۱
	معادلات کلان سیاسی و تقسیم قدرت در جهان	وضعیت خاورمیانه، بلوک‌بندی-های جدید و تقسیم قدرت در خاورمیانه و جهان	۸	۱۲
	وضعیت صنعت نفت در جهان	منابع نفت غیرمتعارف، منابع تجدیدپذیر، وضعیت زیست‌محیطی در جهان	۱۲	۱۵
	نیاز به جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت نفت ایران	نیاز به منابع مالی، دانش فنی و تکنولوژی روز	۱۰	۲۲
	وضعیت ایران در بهره‌برداری از ذخایر هیدروکربنی مشترک	عقب‌ماندگی ایران در تمامی میادین مشترک	۱۲	۲۵
متغیرهای مداخله‌گر (میانجی)	جهت‌گیری سیاسی نفت	اختلاف سلیقه بین گروه‌های مختلف سیاسی در خصوص سیاست‌های کلان صنعت نفت، مسائل مربوط به تحریم‌ها و اعمال نفوذ سیاسی	۸	۱۴

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

عناصر چارچوب	مقولات	مفاهیم ثانویه	فراوانی مفاهیم اولیه	فراوانی کد های اولیه
	جهت‌گیری حقوقی نفت	محدودیت‌های موجود در نظام حقوقی ایران در خصوص ساختار مالکیت، بهره‌برداری و مکانیسم‌های قراردادی	۱۳	۱۵
	جهت‌گیری اقتصادی نفت	وابستگی به دلارهای نفتی برای تامین بودجه، مسائل ساختاری موجود در نظام اقتصادی ایران، تعارض‌ها و ناکارآمدی در سیاست‌های پولی، بازار سرمایه و نظام بانکداری ایران	۱۲	۱۸
شرایط زمینه‌ای (متغیرهای تعدیل‌کننده)	فضای ابررقابتی در صنعت نفت جهان	مطرح‌شدن بازیگران جدید، تغییر استراتژی‌های کلان بازیگران اصلی صنعت نفت در جهان، محدودیت در منابع انسانی و فیزیکی، کم‌شدن تعداد میدان‌های بزرگ نفت در جهان	۱۰	۲۵
	سیستم‌های کنترلی حاد در کشور	تعدد و پراکندگی سیستم‌های نظارتی و عدم‌هماهنگی بین سیستم‌های نظارتی و کنترلی	۸	۱۴
	فرهنگ انفعالی در صنعت نفت	تورم نیروی انسانی در شرکت	۱۵	۲۵

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

عناصر چارچوب	مقولات	مفاهیم ثانویه	فراوانی مفاهیم اولیه	فراوانی کد های اولیه
		ملی نفت ایران، منفعل بودن مدیران و بدنه کارشناسی صنعت		
مقوله محوری (۱) (تعریف عملیاتی از بین‌المللی‌شدن)	داشتن سهم تولید از میادین نفت و گاز در خارج از مرزهای ملی	داشتن ذخایر هیدروکربنی در خارج از مرزهای ملی (حداقل ۲۰ درصد)	۱۱	۲۱
	داشتن سهم تجارت از منابع نفتی با مبدا خارجی	حفظ سهم بازارهای فعلی و برنامه‌ریزی برای توسعه و نفوذ در بازارهای جدید	۶	۱۸
	ایجاد درآمد و ثروت از طریق فروش خدمات فنی و غیرفنی	فروش دانش و خدمات فنی در حوزه‌های مختلف زنجیرهٔ ارزش (پروژه‌های اکتشاف، حفاری، توسعه میدان، آموزش و پژوهش در صنعت نفت)	۴	۹
مقوله محوری (۲): موانع حقوقی بین‌المللی شدن	تفسیر رسمی از اصول قانون اساسی	تفسیر رسمی از اصول قانون اساسی (اصول ۴۴، ۴۶، ۷۷، ۸۱، ۸۲، ۱۳۹ قانون اساسی)	۱۴	۲۰
	تعدد و پراکندگی در قوانین پایین دستی	تعدد و پراکندگی‌های زیادی در قوانین پایین‌دستی ناظر بر فعالیت‌های شرکت ملی نفت ایران و تداخل با وظایف وزارت	۸	۱۴

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

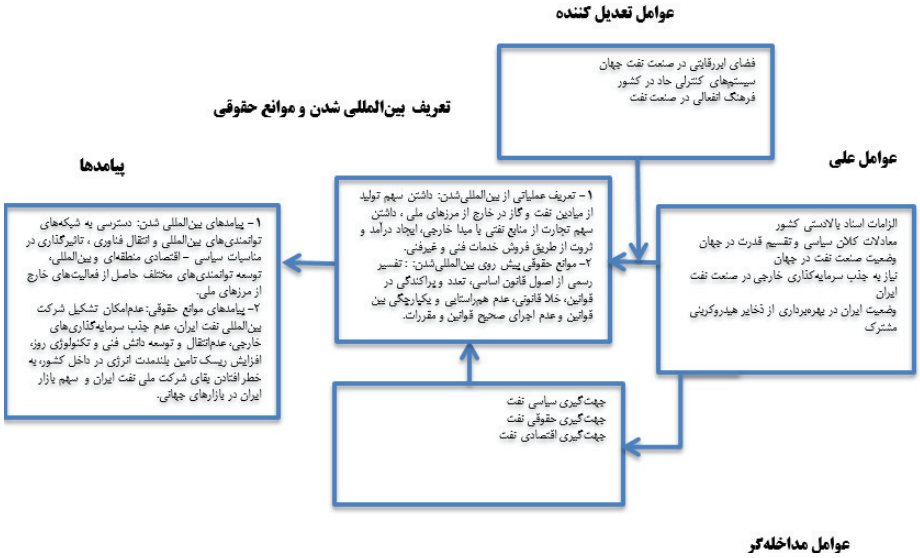
عناصر چارچوب	مقولات	مفاهیم ثانویه	فراوانی مفاهیم اولیه	فراوانی کد های اولیه
		نفت		
	خلا قانونی	حوزه‌های تشکیل کنسرسیوم-های بین‌المللی و حقوق مالکیت فکری	۶	۱۲
	عدم هم‌راستایی و یکپارچگی بین قوانین	عدم هم‌راستایی بین بالادستی، همچنین یکپارچگی بین قوانین هم‌سطح	۱۰	۱۸
	عدم اجرای صحیح قوانین و مقررات	ضعف در اجرا و نظارت بر حسن انجام قوانین فعلی	۱۸	۲۰
پیامدهای بین-المللی شدن شرکت ملی نفت ایران	دسترسی به شبکه‌های توانمندی‌های بین‌المللی و انتقال فناوری	انتقال دانش فنی و تکنولوژی	۱۰	۲۲
	تاثیرگذاری در مناسبات سیاسی – اقتصادی منطقه‌ای و بین‌المللی	استفاده از ظرفیت‌های سیاسی	۱۵	۲۵
	توسعه توانمندی‌های مختلف حاصل از فعالیت‌های خارج از مرزها	توسعه و بهبود توان مدیریت پروژه	۱۲	۲۴

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

۵- شکل‌گیری نظریه

برخی از پژوهشگران، مرحله کدگذاری انتخابی را آخرین مرحله برای مدل‌سازی نمی‌دانند. این مرحله نسبت به مرحله کدگذاری انتخابی، پا را فراتر می‌گذارد و سعی در شناسایی روابط بین مقوله‌ها دارد تا بر این اساس، ضمن ایجاد تئوری کامل‌تر؛ مدل نهایی استخراج گردد. در این مرحله، پژوهشگر با پالایش یافته‌های قبلی و با طی فرایندهای رفت و برگشت بر روی داده‌ها و دستاوردهای پژوهش در مراحل قبلی به دنبال شناسایی ارتباط بین مقولات است. این ارتباطات در نظریه ساخته‌شده به شکل قضیه‌هایی قابل ذکر هستند. قضیه‌های استخراج‌شده که در مدل به شکل ارتباط میان مقولات نشان داده شده است را می‌توان به شکل فرضیه در آزمون مدل استخراج شده، اندازه‌گیری کرد. باید توجه داشت ساختن و تدوین مفاهیم، مقوله‌ها و قضیه‌ها در نظریه مبنای دیگر مفاهیم است. به عبارت دیگر، محقق در انجام پژوهش همواره برای اصلاح، تغییر و دست‌یافتن به نظریه‌ای مناسب که به کمک آن تبیینی از روابط مشاهده‌شده به دست دهد، به مراحل قبلی باز می‌گردد.



نمودار شماره (۲): چارچوب مفهومی از تعریف عملیاتی از بین‌المللی‌شدن و موانع حقوقی پیش روی شرکت ملی نفت ایران

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

باید در نظر داشت که واحد تحلیل در این پژوهش، سازمان است؛ بنابراین، چارچوب احصا شده ناظر بر متغیرهای سطح سازمانی بوده و متغیرهای فراسازمانی در این چاچوب لحاظ نشده است.

٦- سازگاری یافته‌ها با مبانی نظری

هرچند یافته‌های این پژوهش در مقایسه با مبانی نظری پیش‌گفته از جامعیت بیشتری برخوردار است و چارچوب احصاشده، حاصل روایت خبرگان از فرآیند بین‌المللی‌شدن و موانع حقوقی پیش روی شرکت ملی نفت ایران در راستای بین‌المللی‌شدن است؛ اما پیشینه پژوهش به شرح زیر با برخی از یافته‌های این پژوهش سازگاری دارد:

۱- فرآیند بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران: مطالعات گوردون و استنول (۲۰۰۷)، مهدن و ترونر (۲۰۰۷)، کای (۲۰۱۳)، زارع‌میرک‌آباد (۱۳۹۴) و بندریان (۱۳۹۸ب) در مورد الگوی فرآیند بین‌المللی‌شدن، شرکت‌های ملی نفت در جهان بر مراحل پنج‌گانه زیر تاکید دارند: ۱- صنعت نفت در کشورهای دارای منابع نفت قبل از ملی شدن، ۲- تأسیس و تکامل یک شرکت ملی نفت، ۳- فرابلوغ و تبدیل‌شدن به یک بازیگر عملیاتی و شروع فرآیند بین‌المللی شدن، ۴- خصوصی‌سازی و تکمیل فرآیند بین‌المللی‌شدن و ۵- حرکت به سمت تبدیل‌شدن به یک بازیگر جهانی تاکید دارند. در این پژوهش نیز مراحل پنج‌گانه یادشده از سوی خبرگان مورد تایید قرار می‌گیرد؛ همچنین تاکید خبرگان بر این است که شرکت‌های ملی نفت پس از جهانی شدن، به سمت وظایف و اولویت‌های کاملاً تجاری حرکت می‌کنند. پس از حرکت به سوی جهانی شدن، وظایف قبلی مانند ایجاد ثروت ملی و مدیریت و تنظیم‌گری (قانون‌گذاری) کاهش‌یافته و وظایف مورد توقع از آن شرکت‌ها به صورت ساده و مختصر بر خلق ثروت از طریق وظایف تجاری متمرکز می‌شود. این بخش از یافته‌های پژوهش نیز با مبانی نظری پژوهش سازگاری دارد.

۲- عوامل علّی: تلاش در رقابت با شرکت‌های جدید، کسب بازارهای مناسب، حضور درکشورهای جدید و پروژه‌های سودآور یا حفظ فرصت‌های جدید، محافظت از شرکت ملی نفت ایران در برابر ریسک‌های جدید، رضایت سیاستمردان و ذی‌نفعان و یا اولویت‌ها و چالش‌های جدید، کسب مهارت‌های نو و فعالیت‌های فناورانه و مدل کسب و کار جدید به عنوان عوامل کلیدی تاثیرگذار بر بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران شناسایی شده است. در پژوهش حاضر، الزامات و چشم‌اندازهای تعریف شده در اسناد بالادستی حقوقی کشور، وضعیت صنعت نفت در جهان، نیاز به جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت نفت ایران، معادلات کلان سیاسی و تقسیم قدرت در جهان و وضعیت ایران در بهره‌برداری از

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

میدان‌های مشترک هیدروکربنی به عنوان عوامل عّلی موثر بر بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران شناسایی شده‌اند که با توجه به زمینه ایرانی، تفاوت قابل ملاحظه‌ای با یافته‌های قبلی دارد.

۳- شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر: نتایج پژوهش حاضر، نشانگر آن است که جهت‌گیری سیاسی نفت، جهت‌گیری حقوقی نفت و جهت‌گیری اقتصادی نفت به‌عنوان عوامل میانجی و فضای ابررقابتی در صنعت نفت جهان، سیستم‌های کنترلی حاد در کشور و فرهنگ انفعالی در صنعت نفت ایران به‌عنوان متغیرهای تعدیل‌کننده در رابطه بین عوامل علّی و بین‌المللی شدن شرکت ملی نفت ایران عمل می‌کنند. هرچند در تحقیقات قبلی به صورت کلی، به عوامل زمینه‌ای اعم از: سیاسی، اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی و حقوقی توجه شده است (بندریان، ۱۳۹۷الف: ۱۵؛ بندریان، ۱۳۹۸ج: ۲۹)؛ اما مطالعه متغیرهای میانجی مورد توجه قرار نگرفته است.

۴- پیامدها: در مجموع نتایج مطالعات قبلی، بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران را سازوکاری برای بهبود توسعه پرشتاب این صنعت در بخش‌های مالی، فناورانه و مدیریتی و دربردارنده فرصت‌های متعدد اقتصادی، بالابردن توان رقابتی شرکت‌های داخلی و مزیت‌های سیاسی و امنیتی معرفی کرده‌اند (زارع میرک‌آباد، ۱۳۹۴: ۸۰؛ بندریان، ۱۳۹۸: ۶۴- ۵۵)؛ در حالی که نتایج این پژوهش نشانگر آن است که علاوه بر موارد فوق، دسترسی به شبکه‌های توانمندی‌های بین‌المللی، تاثرگذاری در مناسبات سیاسی – اقتصادی و توسعه توانمندی‌های حاصل از فعالیت در خارج از مرزهای ملی از پیامدهای مهم بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران است.

۷- بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به تغییر شرایط محیطی صنعت نفت در جهان، شرکت ملی نفت ایران در حال گذر از الگووارهای سنتی به الگووارهای نوین اساسی مطرح در این صنعت است؛ از این‌رو، حرکت شرکت ملی نفت ایران به سوی بین‌المللی‌شدن ضروری است. در راستای حرکت به سمت بین‌المللی‌شدن، شرکت ملی نفت ایران با موانع متعددی روبه‌روست که در این پژوهش، چارچوبی برای موانع حقوقی پیش روی شرکت ملی نفت ایران در راستای بین‌المللی‌شدن تدوین شده است. در این پژوهش، ابعاد موانع حقوقی پیش روی شرکت ملی نفت ایران در راستای بین‌المللی شدن در قالب مقوله‌های تفسیر رسمی از قانون، تعدد و پراکندگی در قوانین، خلا قانونی، عدم هم‌راستایی و یکپارچگی بین قوانین و عدم‌اجرای صحیح قوانین معرفی‌شده و متغیرهای الزامات و چشم‌اندازهای تعریف‌شده در اسناد بالادستی حقوقی موجود در کشور، وضعیت صنعت نفت در جهان، نیاز به جذب سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت نفت ایران، معادلات

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

کلان سیاسی و تقسیم قدرت در جهان و وضعیت ایران در بهره‌برداری از میدان‌های مشترک هیدروکربنی به عنوان عوامل علّی و عواملی همچون جهت‌گیری سیاسی نفت، جهت‌گیری حقوقی نفت و جهت‌گیری اقتصادی نفت به‌عنوان عوامل میانجی و فضای ابررقابتی در صنعت نفت جهان، سیستم‌های کنترلی حاد در کشور و فرهنگ انفعالی در صنعت نفت ایران به‌عنوان متغیرهای تعدیل‌کننده معرفی شدند. از نظر خبرگان، شرکت‌های ملی نفت ایران بایستی به سمت وظایف و اولویت‌های کاملاً تجاری حرکت کند و اولویت‌های غیرتجاری اولیه شرکت‌های ملی نفت که اغلب شامل: ایجاد ثروت ملی، توسعه اقتصادی و مدیریت و تنظیم‌گری (قانون‌گذاری) است را به دولت و مجلس شورای اسلامی محول نماید. خبرگان مشارکت‌کننده در این پژوهش معتقدند که در راستای بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران، ضروری است تا نوع ماموریت شرکت ملی نفت ایران برای حفظ و تقویت رشد این شرکت تغییر نماید و بر محورهایی همچون حضور یکپارچه در تمامی فعالیت‌های زنجیره ارزش صنعت (اعم از نفت و گاز)، تاکید بر بین‌المللی‌ساختن حوزه فعالیت‌های شرکت و نیز واگذاری بخشی از سهام شرکت ملی نفت ایران به بخش خصوصی تاکید نماید. به‌طور خلاصه می‌توان چارچوب حرکت شرکت‌های ملی نفت جهانی‌شده را حرکت از یک موقعیت «مالکیت دولتی- حیطه فعالیت داخلی» به یک موقعیت «مالکیت خصوصی– حیطه فعالیت بین‌المللی» بیان نمود؛ بنابراین، می‌توان بر پایه یافته‌های حاصل از این پژوهش نیز چارچوب حرکتی مالکیت خصوصی– حیطه فعالیت بین‌المللی را برای شرکت ملی نفت ایران تجویز نمود. از طرف دیگر، خبرگان به این موضوع اذعان داشتند که در راستای ایجاد زیرساخت‌های حقوقی لازم برای بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران، ایجاد اصلاحات لازم در اصول ۴۴، ۴۶، ۷۷، ۸۱، ۸۲ و ۱۳۹ قانون اساسی ضروری است؛ همچنین، ضروری است با رویکرد یادشده، جهت‌گیری خط‌مشی‌گذاری در صنعت نفت به‌گونه‌ای تغییر یابد که فرآیند بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران را تسهیل نماید. با توجه به تعدد در مراکز خط‌مشی‌گذاری در نظام حقوقی ایران و پراکندگی در قوانین، ضروری است در تدوین خط‌مشی‌های صنعت نفت، رویکرد هم‌طرازی عمودی و افقی مد نظر قرار گیرد. خبرگان معتقد هستند که در نظام حقوقی ایران برای بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران، خلا قانونی در حوزه‌هایی همچون قانون تشکیل کنسرسیوم‌های بین‌المللی و قانون الزام شرکت‌ها به رعایت اصول نوین حاکمیت شرکتی وجود دارد که به نوعی، این خلا قانونی؛ موجبات کند شدن روند بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران را فراهم می‌سازد. بالاخره، خبرگان معتقد هستند که در نظام حقوقی ایران، بین اسناد راهبردی بالادستی و قوانین پایین‌دستی، هم‌راستایی وجود ندارد. به عبارت بهتر،

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

اسناد راهبردی بالادستی که تعیین‌کنندۀ جهت‌گیری‌های کلان و اساسی بخش‌های مختلف اجرایی کشور هستند، بسیار ایده‌ال‌گرایانه و پیشرفته تنظیم و تدوین شده‌اند؛ در حالی‌که قوانین پایین‌دستی، توان و ظرفیت انتقال و پیاده‌سازی این اسناد بالادستی را ندارند. برای مثال، قانون تجارت، قانون ثبت شرکت‌ها، قوانین مالیاتی، قوانین مربوط به انتقال ارز و قوانین مربوط به صادرات و واردات در ایران؛ ظرفیت و توان اجرایی‌سازی اسناد بالادستی راهبردی کشور را ندارند و نیازمند اصلاح و بهبود در راستای اسناد حقوقی بالادستی کشور هستند. با درنظر گرفتن یافته‌های این پژوهش، پیشنهاد می‌شود که نهاد متولی خط‌مشی‌گذاری کشور در چارچوب اسناد بالادستی، اقدام به تغییر و اصلاح در قوانین پایین‌دستی نماید؛ همچنین، فرآیند اجرا و پیاده‌سازی قوانین اصلاح‌شده با سازوکارهای اجرایی و کنترلی پیشرفته‌تری پیگیری شود و در این راستا، عوامل تاثیرگذار اعم از متغیرهای مستقل، میانجی و تعدیل‌کننده مورد توجه قرار گیرد. از آنجایی که واحد تحلیل این پژوهش، سازمان است؛ توصیه می‌شود دیگر پژوهشگران با تدوین مدل‌های سطح فردی و سطح کشوری، دیگر متغیرهای تأثیرگذار را شناسایی کند تا بتوان به مدل جامعی در تبیین سازه چندوجهی بین‌المللی‌شدن صنعت نفت و سایر موانع حقوقی در راستای بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران دست یافت.

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

منابع

الف. فارسی

۱. امینی، علیرضا و حمیدرضا فتاحی (۱۳۹۷). «طراحی الگوی بین‌المللی‌سازی بنگاه‌های کوچک و متوسط در شرکت‌های دانش‌بنیان مبتنی بر نانو»، فصلنامه مدیریت بازرگانی، ۱۰ (۳)، ۵۸۳-۶۰۲.

۲. بندریان رضا (۱۳۹۸ ج). تبیین ماهیت فعالیت‌های پژوهش و فناوری در شرکت‌های دارای «رقابت‌پذیری در زمینه فناوری» و «رقابت‌پذیری با منشاء فناوری» در حوزه بالادستی صنعت نفت، ماهنامه علمی- ترویجی اکتشاف و تولید نفت و گاز، دوره: ۳، شماره ۱۶۵.

۳. بندریان، رضا (۱۳۹۷ الف). «لزوم بین‌المللی‌شدن صنعت نفت ایران و جایگاه فناوری در تحقق آن»، ماهنامه علمی- ترویجی اکتشاف و تولید نفت و گاز، دوره ۳، شماره: ۱۵۴.

٤. بندریان، رضا (۱۳۹۷ ب). «پیاده‌سازی کسب و کار مبتنی بر توسعه فناوری، فرایند اصلی گذار شرکت‌های ملی نفت به سوی بین‌المللی شدن»، ماهنامه علمی- ترویجی اکتشاف و تولید نفت و گاز، دوره: ۸، شماره ۱۵۹.

۵. بندریان، رضا (۱۳۹۸ الف). قواعد جهانی شدن و الزامات حرکت به سوی الگوی کسب و کار بین‌المللی درشرکت‌های ملی نفت. ماهنامه ماهنامه علمی- ترویجی اکتشاف و تولید نفت و گاز، دوره: ۷، شماره: ۱۶۷.

۶. بندریان، رضا (۱۳۹۸ ب). مزیت رقابتی شرکت‌های فعال در حوزه‌ی بالادستی صنعت نفت؛ مدیریت راهبردی پژوهش و فنآوری جهت حصول به شایستگی‌های فنآورانه. ماهنامه علمی- ترویجی اکتشاف و تولید نفت و گاز، دوره: ۲، شماره: ۱۶۴.

۷. خیراندیش، مهدی؛ محمدامین زارع و مهدیه مختاری (۱۳۹۷). «الگوی زیرساختی بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران: مطالعه اکتشافی و تطبیقی جهت ارائه مسیر تحول»، فصلنامه فرآیند مدیریت و توسعه، دوره: ۳۱، شماره ۲.

۸. زارع میرک‌آباد، محمدامین (۱۳۹۴). تدوین الگوی بین‌المللی‌شدن شرکت ملی نفت ایران از طریق بررسی تطبیقی این فرآیند در شرکت استات اویل نروژ، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.

۹. سلامی، رضا و مهدی صادقی (۱۳۸۷). «طراحی فرآیندی برای بین‌المللی‌سازی صنعت حمل‌ونقل دریایی جمهوری اسلامی ایران با رویکرد انتقال فناوری: مطالعه موردی شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران». فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، دوره ۴، شماره‌های ۱۵ و ۱۶.

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

۱۰. شهمیرزادی، حامد (۱۳۸۳). نقش شرکت‌های چندملیتی در ارتقای تکنولوژی صنعت نفت: بررسی موردی ظرفیت‌ها و فرصت‌های صنعت نفت ایران، دومین همایش ملی توسعه فناوری در صنعت نفت، تهران: دفتر همکاری‌های فناوری ریاست جمهوری، پژوهشگاه صنعت نفت.

۱۱. طاهری‌فرد، علی؛ محمد شیریجیان و محمدرضا مهرافشان (۱۳۹۴). «بررسی تطبیقی اساسنامه‌های شرکت ملی نفت ایران در دوره زمانی ۱۳۳۳ تا ۱۳۵۶، ارائه اصولی برای اساسنامه جدید»، پژوهشنامه اقتصادی ایران، دوره: ۴، شماره ۱۴.

۱۲. فقیهی، ابوالحسن؛ مهدی تاج‌الدین و مهران تاج‌الدین (۱۳۸۹). «بین‌المللی‌شدن کسب و کارهای کوچک و متوسط در صنعت غذایی: ارائه یک مدل عَلی»، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال پنجم، شماره ۱.

۱۳. قلی‌زاده، احد (۱۳۸۲). «نگاهی علمی و کاربردی به موانع حقوقی جذب و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی»، مجله اطلاعات سیاسی – اقتصادی، دوره: ۶، شماره ۱۹۳ و ۱۹۴.

۱۴. کثیری‌بیدهندی، محمدرضا (۱۳۹۵). «چالش‌های استات اویل در مسیر توسعه»، ماهنامه علمی و ترویجی اکتشاف و تولید نفت و گاز، دوره: ۳، شماره: ۱۴۳.

۱۵. گودرزی، زهرا و محمود باقری (۱۳۹۴). «تحلیل قوانین جدید در حوزه نفت و گاز و بررسی ظرفیت قانونی موجود در پذیرش تحولات قراردادی»، فصلنامه مطالعات حقوق انرژی، دوره ۱، شماره ۲.

۱۶. محترم، رحیم و رضا نصیری‌سوادکوهی (۱۳۹۶). بازرگانی بین‌الملل: تئوری‌ها و کاربردها با رویکرد مدیریت صادرات و واردات، چاپ دوم، تهران: انتشارات شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

ب. منابع خارجی

Bluhm, D. J., Harman, W., Lee, T. W., & Mitchell, T. R. (2010). «Qualitative Research in Management: A Decade of Progress». Journal of Management Studies, 48(8), 1866–1891.

Eriksson, P. and Kovalainen, A. (2016). Qualitative Methods in Business Research: a Practical Guide to Social Research, Los Angeles: Sage.

Glaser B, Strauss A. (2006). The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research, USA: Aldine.

1. Gordon, R .& Stenvoll, T. (2007). «Statoil: A Study in Political Entrepreneurship». Institute for Public Policy.
2. James, Robert A (2011), «Strategic Alliances Between National and International Oil Companies», Program on Energy and Sustainable Development.

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

3. Kaye, A. (2013). Petrobras Internationalization Process. Master thesis, University of Liverpool.
4. Ledesma, David (2009). «The Changing Relationship Between NOCs and IOCs in the LNG chain», Oxford Institute for Energy Studies.
5. Lincoln YS, Guba E. (1985). Naturalistic enquiry. Beverley Hills: CA: Sage.
6. Marcel, Valérie (2016). «Guidelines for Good Governance in Emerging Oil and Gas Producers», Research paper, Chatham House.
7. Marcel, Valerie and John V. Mitchell (2006). Oil Titans: National Oil Companies in the Middle East, CHATHAM HOUSE, London Brookings Institution Press, Washington D.C.
8. Mehden, f. R., and Troner, a., (2007). «Petronas: a national oil company with an international vision», Baker Institute.
9. Mitchell, John &Valérie Marcel and Beth Mitchell (2012). «What Next for the Oil and Gas Industry?», CHATHAM HOUSE, the Royal Institute of International Affairs.
10. Robert A. James (2011), «Strategic alliances Between National and International Oil Companies», Program on Energy and Sustainable Development.
11. Rundh Bo (2007). «International Marketing Behavior amongst Exporting firms». European Journal of Marketing.Vol. 41. No. 1/2. pp. 181-198.
12. Saldaña, J. (2009). The Coding Manual for Qualitative Researchers, London: SAGE Publications.
13. Silvana Tordo, Brandon S (2011), «National Oil companies and Value Creation», World Bank Working Paper No.218
14. Stevens, Paul (2015). «Prospects for Iran's Oil and Gas Sector», Research paper, Middle East and North Africa Program &Environment, Energy and Resources Department, Chatham House, the Royal Institute of International Affairs.
15. Stevens, Paul (2016). International Oil Companies: The Death of the Old Business Model, Research paper. Chatham House, the Royal Institute of International Affairs.

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]

16. Strauss, A.L. and Corbin, J.A. (1998). Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory, London: Sage Publications.
17. Zanoyan, Vahan (2002), «NOC-IOC Relations and their Impact on Investment in the Upstream Sector». Alexander's Gas & Oil Connections.

[Downloaded from qjal.smtc.ac.ir on 2026-02-15]

[DOI: 10.52547/qjal.8.26.131]