



Designing a model for the export of technical and engineering services in the oil and gas drilling industry

Saeed Heydaryan¹, Ghanbar Amir Nejad^{*2}, Maryam Darvish³,

Fereydoun Omid¹

1- Department of business management, khorramshahr international branch, islamic azad university, khorramshahr, iran.

2*- Department of Public Administration, Science and Research Unit, Faculty of Management and Economics, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

3- Department of business management, omidieh branch, islamic azad university, omidieh, iran.

Abstract

The export of technical and engineering services can be used as a strategy to increase the country's ability to earn foreign currency and create employment, as well as development to enter international markets. This research is practical in terms of purpose. The research method was the content analysis of the technical and engineering services strategic plans of 22 major oil and gas companies in the world, and 101 components were identified in the form of 20 dimensions, which were reduced to 20 dimensions and 97 indicators using the Delphi method. The statistical population in this research is 20 specialists and experts from the National Drilling Company and University, who were selected by the theoretical saturation method. 15 people were selected. And in the last stage, the MikMak model software has 7 levels, including the export performance of technical and engineering services, export marketing capabilities, the formation of the committee and the ability to provide services in an integrated manner at the first level. The second level includes banking services and foreign currency-Rial credit documents, export and quality goals based on the company's strategies, the third level includes the high committee regarding the prioritization of technical and engineering services, strengthening the financial base, machinery and interactions with the Ministry of Foreign Affairs. It has an integrated management component. The fifth level includes the technical and engineering services of wells and consumables required for the implementation of the technical and engineering service contract. The sixth level has three variables: labor force, social security, and marine land operation planning engineering. The seventh level includes the components of export policy in order to gain currency, strategies for entering the company's international marketing, and specialized international technical and engineering certificates.

Keywords: Technical and engineering services, Iran National Drilling Company, Saderat

Citation:

Heydaryan, S., Amir Nejad, G., Darvishi, M., & Omid, F. (2023). Designing a model for the export of technical and engineering services in the oil and gas drilling industry. *Journal of Intelligent Marketing Management*, 4(3), 188-215.



طراحی مدل صادرات خدمات فنی و مهندسی در صنعت حفاری نفت و گاز

سعید حیدریان^۱، قنبر امیرنژاد^{۲*}، مریم درویشی^۳، فریدون امید^۱

۱- گروه مدیریت بازرگانی، واحد بین المللی خرمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، خرمشهر، ایران.

۲- گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۳- گروه مدیریت بازرگانی، واحد امیدیه، دانشگاه آزاد اسلامی، امیدیه، ایران.

چکیده

صادرات خدمات فنی و مهندسی را می توان به عنوان یک استراتژی جهت افزایش توان کشور در ارزآوری و ایجاد اشتغال و همین طور توسعه جهت ورود به بازارهای بین الملل به کار برد. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی است. روش پژوهش، تحلیل محتوای متون برنامه های استراتژیک خدمات فنی و مهندسی ۲۲ شرکت بزرگ حوزه نفت و گاز دنیا بود که تعداد ۱۰۱ مولفه در قالب ۲۰ بعد شناسایی شد که در مرحله بعد با استفاده از روش دلفی به ۲۰ بعد و ۹۷ شاخص تقلیل یافت. جامعه آماری در این تحقیق ۲۰ نفر از متخصصان و خبرگان شرکت ملی حفاری و دانشگاهی که به روش اشباع نظری ۱۵ نفر انتخاب شدند. در مرحله آخر از نرم افزار میک مک مدل در ۷ سطح شامل عملکرد صادرات خدمات فنی و مهندسی، قابلیت های بازار یابی صادرات، تشکیل کمیته و توانایی قابلیت ارائه خدمات به صورت یکپارچه در سطح اول. سطح دوم شامل خدمات بانکی و اسناد اعتباری ارزی- ریالی، اقدام به صادرات و اهداف کیفی مبتنی بر استراتژی های شرکت، سطح سوم شامل کمیته عالی در خصوص اولویت بندی خدمات فنی و مهندسی، تقویت بنیه مالی، ماشین آلات و تعاملات با وزارت خارجه سطح چهارم دارای یک مولفه مدیریت یکپارچه است. سطح پنجم شامل خدمات فنی و مهندسی چاه ها و لوازم مصرفی مورد نیاز برای اجرای پیمان خدمات فنی و مهندسی است. سطح ششم دارای سه متغیر نیروی کار، تأمین اجتماعی و مهندسی برنامه ریزی عملیات خشکی دریایی. سطح هفتم شامل مولفه های سیاست گذاری صادرات به منظور ارزآوری، استراتژی های ورود به بازاریابی بین المللی شرکت و گواهی نامه های تخصصی یکپارچه بین المللی فنی و مهندسی می باشد.

کلیدواژه ها: خدمات فنی و مهندسی، شرکت ملی حفاری ایران، صادرات.

استناد:

حیدریان، سعید و امیرنژاد، قنبر و درویشی، مریم و امید، فریدون. (۱۴۰۲). طراحی مدل صادرات خدمات فنی و مهندسی در صنعت حفاری نفت و گاز. مدیریت بازاریابی هوشمند، ۴(۳)، ۱۸۸-۲۱۵.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۱۰

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۲/۰۲/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۲۴

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۷/۰۱

<https://doi.org/JABM.3.2.15564.35125656565047>

نشریه مدیریت بازاریابی هوشمند، ۱۴۰۲، دوره ۴، شماره ۳، پیاپی ۲۱

ناشر: نشریه مدیریت بازاریابی هوشمند

نوع مقاله: علمی پژوهشی

© نویسندگان



مقدمه

ایجاد کسب و کارهای جدید برای رونق اقتصادی و ثبات کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه در سراسر جهان حیاتی است. برای این امر شرکت‌ها، روی به عملکرد صادراتی خود آورده‌اند. بهبود عملکرد صادراتی یکی از روش‌هایی است که رشد مداوم و بقا در بازارهای بین‌المللی را تضمین می‌کند امروزه شرکت‌های خدماتی به دنبال توسعه ظرفیت‌های پویا و عملیاتی برای دستیابی به نفوذ اجتماعی بیشتر هستند بنابراین شرکت‌ها و سازمان‌ها به دلیل جهانی سازی و پیچیدگی فناوری، افزایش رقابت و کمبود منابع، در حال تغییر هستند و رویکردی باز و مشارکتی را برای ایجاد مزیت رقابتی خود بکار می‌گیرند (زیانگ و همکاران، ۲۰۲۳).

نقش صادرات بیش از آنکه به ارز آوری برای شرکت‌ها مهم باشد، در اشتغال، تولید، رشد اقتصادی و عواملی از این دست اهمیت می‌یابد. اقدام به امر صادرات حساب شده و سنجیده، احتیاج به آینده نگری و برنامه ریزی با وسعت نظر به موضوع دارد. صادرات خدمات بسیاری از مشکلات صادرات کالا را در پی ندارد. انتظار دستیابی به نتایج و بازدهی مثبت از فعالیتها و سرمایه گذاری صادراتی همراه با شتابزدگی و عملکرد مقطعی در درازمدت، ممکن است همیشه عملی نباشد (جدید الاسلامی و همکاران، ۱۳۹۹).

در شرایط اقتصاد کنونی کشورهای در حال توسعه تمایل دارند، به جای واردات کالاهای ساخته شده، در ایجاد صنعت مربوطه سرمایه گذاری کنند. از طرفی با توجه به نوسانات موجود در قیمت جهانی نفت و پایان پذیر بودن این منبع زیرزمینی، بسیاری از کشورها سیاست‌های اثر بخش توسعه صادرات غیر نفتی را در رأس برنامه‌های اقتصادی خود قرار داده‌اند. در این بین صادرات خدمات به عنوان یکی از کارآمدترین انواع صادرات، می‌تواند در فرایند استراتژی توسعه اقتصادی قرار بگیرد. همچنین توجه به صادرات خدمات در مقایسه با صدور سایر خدمات از جایگاه ویژه‌ای به لحاظ معرفی سطح فناوری بالای کشور صادر کننده برخوردار است. در کشور ما نیز حجم صادرات خدمات در سال‌های اخیر افزایش چشمگیری داشته است، به طوری که با توجه به توان بالقوه و استعدادهای داخلی، ضرورت دارد از فرصت‌های مزبور، به نحو بهینه استفاده شود و در بازاریابی برای عرضه خدمات در خارج از کشور، به ویژه کشورهای با بازار نوظهور اقدام لازم صورت گیرد. کشف نقش عوامل تغییر ساختاری صادرات برای رشد پایدار در اقتصادهای توسعه یافته مهم است. صادرات خدمات فنی و مهندسی در مبادلات جهانی سهم عمده ای خواهد داشت و از آنجا که در عصر حاضر بسیاری از خدمات از قابلیت صدور برخوردارند، می‌توان اذعان داشت ارزش افزوده ای که در صدور این خدمات وجود دارد همراه با نیاز روزافزون اقتصاد جهانی به مجالی برای توسعه عمرانی کشورها تبدیل شده است و این مهم برای کشور ما که از ظرفیت‌های انسانی قابل توجهی برخوردار است، فرصتی مغتنم به شمار می‌آید تا با تدبیر و مدیریت صدور خدمات فنی و مهندسی میزان بهره مندی خویش را از فرصتهای بین‌المللی افزایش دهد. (زینال زاده، ۱۳۹۵)

طی چند دهه اخیر سهم فزاینده تجارت خدمات، به ویژه در بین کشورهای در حال توسعه، نشان دهنده اهمیت روزافزون مبادلات بین‌المللی در این حوزه، در کنار تجارت بخش کالایی است. این بخش به علت تأثیر گذاری بر فرآیند تولید، اشتغال و توسعه اقتصادی برای بسیاری از کشورها در مقایسه با سایر بخش‌ها مانند کشاورزی و صنعت از اهمیتی خاص برخوردار است. صادرات خدمات فنی و مهندسی، به عنوان یکی از زیربخش‌های خدمات، علاوه بر آنکه می‌تواند به طور مستقیم بخشی از نیازهای ارزی کشور را برآورده کند، به طور غیرمستقیم نیز می‌تواند از طریق توسعه صادرات کالایی به بهبود وضعیت درآمدهای ارزی کشور در راستای بهبود تراز

تجاری، اشتغال زایی مولد و پایدار و رشد اقتصادی کمک نماید. از سوی دیگر، به نظر می رسد یکی از عوامل مهم در تعامل سازنده با اقتصاد بین الملل، به توانایی ایران در صدور خدمات، به ویژه خدمات فنی و مهندسی به بازارهای جهانی و منطقه بستگی دارد. توسعه خدمات فنی و مهندسی در داخل کشور رو به رشد است و در حال حاضر روند خوبی را طی می کند؛ اما صدور این خدمات به دیگر کشورها به خصوص به کشورهای همسایه تعریف مشخصی دارد و دارای شرایطی خاصی است. صدور خدمات فنی و مهندسی به دیگر کشورها زمانی به معنای واقعی کلمه به عرصه ظهور می رسد که ما در قبال اعزام متخصص به دیگر کشورها اعتبار مالی هم دریافت نماییم که متأسفانه در حال حاضر این اتفاق نیفتاده است. (طیبی و همکاران، ۱۳۹۳).

ضعف در صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری نفت و گاز نه تنها فرصت توسعه ملی را از ایران میریاید، بلکه این ضعف در دراز مدت به عنوان تهدید قلمداد میگردد، چرا که اگر همچون امروز تنها تکیه بر صادرات انرژی باشد و از دانش آن در جهت توسعه خدمات فنی و مهندسی حفاری در خارج از مرزها استفاده نگردد، طبق برآوردها در آینده ای نه چندان دور، ایران از صادر کننده خالص انرژی به وارد کننده آن تبدیل می گردد. توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری نفت و گاز و درآمدزایی از طریق آن نه تنها امکان حفظ این انرژی با رویکردی بلند مدت را فراهم میکند، بلکه توان کشور را در زمینه های ارز آوری، ایجاد اشتغال، ارتقاء فناوری و دانش فنی، بهبود روابط سیاسی و صدور فرهنگ و تمدن بالا خواهد برد به همین دلیل، توجه بیش از پیش به حوزه های بین الملل و تدوین و اجرای استراتژی های مناسب بازاریابی جهت صادرات بیش از پیش خدمات مذکور، از اولویت های پژوهشی شرکت ملی حفاری ایران محسوب می شود. در همین راستا و با توجه به خلاء مطالعاتی شناسایی شده، پژوهش حاضر قصد دارد با اتخاذ یک روش شناسی علمی و نظام مند، به پرسش اصلی زیر پاسخ دهد که مدل صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری در صنعت نفت و گاز چگونه است؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

به دلیل تنوع خدمات، تعریف آن همواره کاری دشوار بوده است. آنچه این امر را پیچیده تر می کند این واقعیت است که به دلیل نامحسوس بودن اکثر داده ها و ستاده ها، غالباً درک و تشخیص راه های انجام و عرضه خدمات آسان نیست.

تحقیقی تحت عنوان چالش ها و راهکارهای تسهیل و گسترش صادرات خدمات فنی و مهندسی در ایران انجام گردید که در این پژوهش هدف آن است که بر اساس تجربیات واقعی مدیران پروژه شرکت های فعال در حوزه صادرات خدمات فنی و مهندسی، مسئولین مربوطه در نهادهای دولتی و صنفی تاثیر گذار بر فرآیند صدور خدمات فنی و مهندسی از طریق شرکت در جلسات با محوریت موضوع چالشها و راهکارهای صدور خدمات فنی و مهندسی و نیز مصاحبه نیمه ساختاریافته، به شناسایی و ریشه یابی و تحلیل موانع و مشکلات در این زمینه پرداخته و راهکارهای کاربردی برای رفع این موانع را ارائه کنیم. آگاهی از این چالشها و تمرکز بر رفع این موانع، موجب فراهم کردن شرایطی برای بهره مندی از مزایای صدور خدمات فنی و مهندسی خواهد بود (جدید الاسلامی و صبیحه، ۱۳۹۹).

تحقیقی تحت عنوان ارایه چارچوب خط مشی های دولت در افزایش توان رقابت ملی در بازارهای برون مرزی خدمات مهندسی انجام شد که با استفاده از پانزده مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته با صاحب نظران این عرصه و روش تحلیل مضمون، انجام شد. یافته های پژوهش نشان می دهد ابعاد خط مشی های دولت، شامل اصلاح ساختاری ساز و کارها در تامین مالی، ایجاد شرکت های بزرگ مقیاس مهندسی با تغییر پارادیم به بین المللی سازی، دگرگون سازی ساز و کارهای حمایتی دولت خصوصاً در روابط خارجی، سازمان دهی نوین در عرصه مدیریت صادرات خدمات مهندسی، و لزوم تغییر نگرش به جایگاه صادرات خدمات مهندسی و مهم تر از همه، رسیدن

به این درک ویژه که در شرایط فعلی اقتصادی ما، صادرات خدمات مهندسی می تواند به عنوان موتور محرک اقتصادی عمل کند (حسین پور و همکاران، ۱۴۰۰).

در پژوهشی تحت عنوان رویکرد بازاریابی در صادرات خدمات فنی و مهندسی نفت و گاز در ایران به ۶ مقوله اصلی فرهنگ بازاریابی صادرات شامل عوامل عملکردی، اطلاعاتی، دولتی، مالی، اقتصادی، محیطی بازاریابی صادرات دست یافته شد که پیشنهاد کردند شرکتهای حفاری مربوطه جهت افزایش بازاریابی صادرات به فرهنگ بازاریابی صادرات توجه بیشتری داشته باشند (نادری و واعظی، ۱۴۰۰).

پژوهشی با عنوان "تأثیر بازاریابی صادراتی بر عملکرد صادراتی" به انجام رسید که نتایج این تحقیق نشان داد اعتماد و تعامل اجتماعی بر بازاریابی صادراتی تأثیر مثبت و معناداری دارند و این بازاریابی بر عملکرد صادراتی تأثیر گذار می باشد (لین و همکاران، ۲۰۱۴).

روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر، از روش تحلیل محتوا و دلفی استفاده شد، بدین طریق که ابتدا برنامه ریزی استراتژیک در خصوص صادرات خدمات فنی و مهندسی ۲۲ شرکت نفتی بزرگ (جدول شماره ۱) و صنعت نفت جمهوری اسلامی ایران در حوزه نفت و گاز را نیز شامل می شود. و سپس با استفاده از نظرات خبرگان، برنامه ریزی استراتژیک ثبت شده در تارنمای شرکت مورد بازمی و بحث و تبادل نظر قرار گرفت و سپس مدل نهایی صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری ارائه و با استفاده از نرم افزار میک مک سطح بندی شد. جامعه آماری این تحقیق شامل متخصصان و خبرگان شرکت ملی حفاری و دانشگاهی در حوزه صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری است. تعداد این افراد ۲۰ نفر بوده که با استفاده از اشباع نظری ۱۹ نفر انتخاب شدند.

جدول ۱: مشخصات شرکت‌های استفاده شده در تحلیل محتوا

ردیف	نام شرکت	سال	سند مورد استفاده
۱	شرکت نفتی پتروناس	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک، مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۲	شرکت نفتی استات اوپل	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۳	شرکت نفت عراق	۲۰۲۲	مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۴	شرکت روس نفت	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۵	شرکت آرامکو عربستان	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۶	شرکت نفت قطر	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۷	شرکت ملی نفت ابوظبی (آدنوک)	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۸	شرکت نفت کویت	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۹	شرکت ملی نفت ایران	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۱۰	شرکت آنسکو	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۱۱	شرکت بیکر هیوز	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۱۲	شرکت هالیبرتون	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۱۳	شرکت اکر سولوسنس	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۱۴	شرکت تکنیپ	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۱۵	شرکت وود	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۱۶	شرکت ساب سی سون	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۱۷	شرکت نشنال اوپل ول وارکو	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۱۸	شرکت شف دریلینگ	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۱۹	شرکت حفاری ژاپن	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۲۰	شرکت ترانز اوشن	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۲۱	شرکت خدمات نفتی چین	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده
۲۲	شرکت سی دریل	۲۰۲۲	برنامه ریزی استراتژیک مرانامه، ها آیین نامه‌ها، دستورالعمل‌های ثبت شده

ب- اجرای تحلیل محتوا

در تحلیل محتوا از اصول و اسلوب‌های برنامه ریزی استراتژیک، مرانامه‌ها، آیین نامه‌ها و دستورالعمل‌های شرکت‌های حوزه نفت و گاز استفاده شده است.

با بررسی برنامه استراتژیک شرکت‌های بزرگ حوزه نفت و گاز دنیا جدول تحلیل محتوای مبانی نظری و برنامه‌های استراتژیک آیین نامه‌ها و دستورالعمل‌های شرکت‌های حوزه نفت و گاز در خصوص صادرات خدمات فنی و مهندسی شرکت‌های نفتی منتخب در راستای استفاده از پرسشنامه دلفی به شرح زیر می‌باشد. با تفکیک و خلاصه بندی و طبقه بندی موارد جدول بالا برای استفاده در روش دلفی به کار برده شد.

جدول ۲: تحلیل محتوای متون برنامه های شرکت های نفتی

ردیف	نام بعد	نام مولفه
۱	مهندسی برنامه ریزی عملیات حفاری خشکی و دریایی	مهندسی کالا - مهندسی برنامه ریزی اسید کاری در چاه‌های نفت و گاز - مهندسی طراحی آزمایشگاه‌های حفاری - پژوهش و توسعه - خدمات رایانه ای
۲	تأمین اجتماعی	استمرار بیمه کارکنان - دریافت حق بیمه - بیمه ضمانتنامه‌ها و قراردادهای - فراهم کردن سایر تسهیلات بیمه ای
۳	خدمات فنی و مهندسی چاه‌ها	سیمان کاری دریایی و خشکی - اسیدکاری - جداره گذاری چاه - لوله مغزی سیار - مخلوط مواد شیمیایی - آزمایش بهره دهی چاه - نصب آویزه - تکمیل چاه آزمایش تعیین میزان بهره دهی چاه - تزریق نیتروژن حفاری فرو تعالی - لایه آزمایشی
۴	اهداف کیفی مبتنی بر استراتژیهای شرکت	کارآمدی عملیاتی - رقابت پذیری (نفوذ در بازار) بهبود سازمانی و توسعه پایدار - ایمنی - توانمند سازی - پایداری مالی
۵	مدیریت یکپارچه	مستر راندمان و بازدهی عملیات حفاری - کارایی پشتیبانی از عملیات مبتنی بر بهینه سازی دستگاهها - پایداری عملیات سازمانی - مخاطرات و ریسکهای عوامل و ارزیابی - شناساسایی، انتخاب و ارزیابی تامین خدمات - بازنگری سیستم مدیریت یکپارچه و اجرای ممیزی دوره ای از طریق برنامه ریزی
۶	توانایی قابلیت ارائه خدمات حفاری به صورت یکپارچه	کلید در دست - تدارکات مهندسی حفاری، خدمات فنی مهندسی حفاری، تامین مالی خدمات فنی مهندسی حفاری
۷	گواهی نامه‌های تخصصی بین المللی فنی و مهندسی	گواهی نامه کنترل فوران - گواهی نامه انجمن بین المللی حفاری - گواهی نامه‌های ایزو - گواهی نامه‌های ASC
۸	نیروی کار	نیروی کار ماهر - نیروی کار ساده - نیروی کار مطابق با آیین نامه - صدور کار نامه شغلی
۹	تشکیل کمیته	تشخیص صلاحیت - نوع و میزان قابل خروج کالا، مواد، تجهیزات و ماشین آلات - میزان ارز قابل بازگشت در هر قرارداد - نحوه بازگشت ارز صدور خدمات فنی و مهندسی، تجهیزات و ماشین آلات - تعیین سقف ضمانت نامه‌ها

1. Turnkey
2. Engineering procurement drilling
3. Engineering procurement drilling services
4. Engineering procurement drilling services finance

لوازم مصرفی مورد نیاز برای اجرای پیمان خدمات فنی و مهندسی	۱۰	خروج ماشین آلات و تجهیزات - گمرک - تسهیلات جذب خدمات فنی و مهندسی
ماشین آلات و تجهیزات	۱۱	صادرات موقت - ورود و ترخیص ماشین آلات و تجهیزات - بیمه نامه ماشین آلات - تضمین برگشت ماشین آلات
تقویت بنیه مالی	۱۲	دریافت ۱۵ تا ۲۵ درصد پروژه به عنوان پیش پرداخت - ابلاغیه رسمی ارجاع کار با قرار داد معتبر - تسویه پیش پرداخت طرح در زمان اجرای طرح - دسترسی به ارز
تعاملات با وزارت امور خارجه	۱۳	توجه نمایندگیها - ارسال اطلاعات به امور بین الملل شرکت ملی نفت ایران و ارجاع به سایر شرکت های ذی ربط - تهیه ویزای ورود و خروج نیروهای شرکت در امر خدمات فنی و مهندسی
اقدام به صادرات	۱۴	دارا بودن رتبه بندی سازمان برنامه و بودجه - دارا بودن رتبه بندی نفت و گاز - صلاحیت ایمنی داخلی (اداره کار) - گواهی بین المللی انجام عملیات حفاری
کمیته عالی در خصوص اولویت بندی خدمات فنی و مهندسی	۱۵	کمیته بررسی فنی و بودجه بندی - اعطای اعتبارات صادراتی - سیاست گذاری و بودجه بندی اعتبارات
خدمات بانکی و اعتباری اسناد داخلی ارزی - ریالی	۱۶	ضمانتنامه شرکت در مناقصه - ضمانتنامه اجرای تعهدات - ضمانتنامه پیش پرداخت - نرخ تسعیر ضمانتنامه ارز صادراتی - تسهیلات جهت پرسنل
سیاست گذاری صادرات به منظور ارزآوری	۱۷	تفاهم نامه های همکاری مشترک - مذاکره - سیاستهای خاص تشویقی جهت بهره برداری از میادین خاص - دستور صدور خدمات فنی و مهندسی حفاری - مطالعه و مشاوره فنی و مهندسی حفاری - شروع عملیات حفاری - پایان قرار داد - تسویه حساب
قابلیت های بازار یابی صادراتی	۱۸	قابلیت های استراتژیک - قابلیت های عملیاتی - قابلیت های کار بردی - قابلیت های بیرونی - قابلیت های درونی
استراتژی های ورود به بازار بین الملل شرکت	۱۹	اهداف و راهبردهای صادراتی - تجربیات شرکت - منابع و قابلیت های شرکت - ویژگی های ساختاری - ویژگی های فرهنگی - اعتبار شرکت
عملکرد صادراتی خدمات فنی و مهندسی	۲۰	بازار محوری - مشتری محوری - رقیب محوری - کیفیت روابط - تعهد صادراتی

اهداف پژوهش

اهداف اصلی

ارائه مدل صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری نفت و گاز در شرکت ملی حفاری ایران.

اهداف فرعی

شناسایی ابعاد مدل صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری نفت و گاز.

شناسایی مولفه های مدل صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری نفت و گاز.
سطح بندی ابعاد مدل صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری نفت و گاز .
اعتبار یابی مدل صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری نفت و گاز.

سوالات پژوهش

سوالات اصلی

مدل صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری نفت و گاز در شرکت ملی حفاری ایران چگونه است؟

سوالات فرعی

ابعاد مدل صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری نفت و گاز کدامند؟

مولفه های مدل صادرات خدمات فنی و مهندسی در حفاری نفت و گاز کدامند؟

سطح بندی ابعاد مدل صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری نفت و گاز چگونه است؟

اعتبار یابی مدل صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری نفت و گاز چگونه است؟

نتایج دور اول دلفی

در بخش اول پرسشنامه ۲۰ بعد و ۹۷ مولفه به عنوان ابعاد و مولفه های مدل معرفی گردید و پاسخ دهندگان می بایست نظر خود را درباره میزان تأثیر هر یک از مولفه های پیشنهادی اعلام نمایند. گزینه های لحاظ شده در قالب طیف ۵ رتبه ای لیکرت بود. ذیل هر بخش از پرسشنامه قسمتی برای درج نظر خبره و پیشنهاد مولفه های جدید در نظر گرفته شده بود که به عنوان بخش دوم پرسشنامه دور اول دلفی مورد بحث قرار گرفت. سپس از ضریب همبستگی کندال برای تعیین میزان هماهنگی میان نظرات استفاده گردید که مقدار برابر ۱۸۶/۰ بدست آمد که نشان دهنده میزان توافق اندک میان خبرگان می باشد که نتایج در جدول ۳ آورده شده است از این رو اجماع کامل انجام نگرفته است و بایستی وارد دور دوم دلفی گردد.

جدول ۳: نتایج ضریب توافق کندال دور اول دلفی

تعداد	۱۵
ضریب توافق کندال	۰/۱۸۶
کای اسکوئر	۳۴/۵۹۳
معناداری	۰/۰۰۰
نتیجه	عدم دستیابی به توافق

همانطور که در جدول ۴ ملاحظه میشود از ۹۷ کد اول موجود و ورودی در دور اول دلفی تعداد ۴ کد که ضرایب و میانگین کمتر از ۴ کسب کرده بودند از دور دلفی حذف شدند و تعداد ۹۳ کد برای دور دوم دلفی مورد استفاده قرار گرفتند.

جدول ۴: کدهای حذف شده در دور اول دلفی

نام مولفه	شاخص	علت حذف	وضعیت در دور دوم روش دلفی
عملکرد صادراتی خدمات فنی و مهندسی	رقیب محوری	اخذ میانگین کمتر از ۴	حذف
قابلیتهای بازار یابی	قابلیتهای برونی	اخذ میانگین کمتر از ۴	حذف
	قابلیتهای درونی	اخذ میانگین کمتر از ۴	حذف
تامین اجتماعی	سایر خدمات و تسهیلات بیمه ای	اخذ میانگین کمتر از ۴	حذف

نتایج دور دوم دلفی

نتایج دور دوم نشان داد که متغیرهای ورودی مورد تایید قرار گرفتند و ضریب توافق نیز قابل قبول بوده است .

جدول ۵: نتایج ضریب توافق کندهال دور دوم دلفی

تعداد خبرگان	۱۵
ضریب توافق کندهال	۰/۶۴۱
کای اسکوئر	۱۰۴/۳۰۳
معناداری	۰/۰۰۰
نتیجه	اشباع نظری

از مجموع متغیرهای ورودی دور دوم همگی دارای میانگین بالای ۴ بودند و با توجه به سطح توافق قوی خبرگان و توقف فرایند دلفی متغیرهای فوق برای مدل مفهومی تحقیق در نظر گرفته شدند. ملاحظه میشود که ۹۳ مولفه در قالب ۲۰ بعد مورد پذیرش و تثبیت قرار گرفتند که این ابعاد و مولفه‌ها برای طراحی مدل مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

مدل سازی ساختاری-تفسیری تحقیق

روش مدلسازی ساختاری تفسیری که در آن با تجزیه معیارها در چند سطح مختلف، به تحلیل ارتباط بین این معیارها و شاخص‌ها پرداخته می‌شود. مدل ساختاری تفسیری قادر است سطوح ارتباط بین شاخص‌ها که به صورت تکمی یا گروهی به یکدیگر وابسته‌اند را

تعیین نماید. با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل محتوای برنامه‌های استراتژیک شرکت ملی حفاری و اجرای ۲ دور دلفی و همچنین پالایش نظرات خبرگان و با تأیید نتایج حاصل از آزمون مدل ابعاد تشکیل دهنده مدل در جدول شماره ۶ آمده است.

جدول ۶: ابعاد تشکیل دهنده الگوی صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری شرکت‌های نفتی و گازی و نمادهای آن

نماد	ابعاد
F ₁	نیروی کار
F ₂	تأمین اجتماعی
F ₃	مهندسی برنامه ریزی عملیات حفاری خشکی و دریایی
F ₄	گواهی نامه‌های تخصصی یکپارچه بین المللی فنی و مهندسی
F ₅	مدیریت یکپارچه
F ₆	استراتژیهای ورود به بازارهای بین المللی
F ₇	سیاست گذاری صادرات به منظور ارزآوری
F ₈	خدمات فنی و مهندسی چاه‌ها
F ₉	لوازم مصرفی مورد نیاز برای اجرای پیمان خدمات فنی و مهندسی
F ₁₀	تعاملات با وزارت خارجه
F ₁₁	ماشین آلات
F ₁₂	کمیته عالی در خصوص اولویت بندی خدمات فنی و مهندسی
F ₁₃	تقویت بنیه مالی
F ₁₄	اقدام به صادرات
F ₁₅	اهداف کیفی مبتنی بر استراتژیهای شرکت
F ₁₆	خدمات بانکی و اعتباری اسناد داخلی ارزی - ریالی

F ₁₇	توانایی قابلیت ارائه خدمات حفاری به صورت یکپارچه
F ₁₈	تشکیل کمیته
F ₁₉	قابلیت‌های بازار یابی صادرات
F ₂₀	عملکرد صادرات خدمات فنی و مهندسی

جدول ۷: ماتریس دسترسی اولیه صادرات خدمات فنی و مهندسی

معیارها	۲۰	۱۹	۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱	A	V	O	O	O	X	A	A	A	X	A	X	A	A	X	O	X	A	V	
۲	A	V	A	A	A	O	A	A	A	O	A	A	A	O	A	A	A	O		
۳	V	V	O	O	X	X	O	O	O	X	V	O	V	A	O	O	V			
۴	A	V	A	A	A	O	A	A	O	A	A	V	V	A	A	A				
۵	V	V	A	A	A	O	V	V	V	A	V	V	X	A	A					
۶	O	V	A	V	X	O	O	O	V	V	V	V	X							
۷	O	V	O	O	V	V	O	O	O	V	O	O	O							
۸	A	V	A	A	A	A	A	A	A	A	A	V								
۹	O	V	A	A	A	A	A	A	A	O	A									
۱۰	X	V	V	A	A	O	O	X	V	A										
۱۱	O	V	O	V	V	A	O	V	O											
۱۲	V	V	O	O	A	O	O	A												
۱۳	O	V	O	A	A	O	V													
۱۴	A	V	O	A	O	O														
۱۵	O	V	O	O	V															
۱۶	V	V	V	V																
۱۷	V	V	V																	
۱۸	O	V																		
۱۹	O																			
۲۰																				

جدول ۸- ماتریس دسترسی نهایی (سازگار شده) برای الگوی صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری

جدول ۸: قدرت نفوذ و قدرت وابستگی حاصل از هر کدام از مولفه‌ها

گویه‌ها	قدرت نفوذ (حاصل جمع افقی)	قدرت وابستگی (حاصل جمع عمودی)
F ₁	۸	۵
F ₂	۵	۴
F ₃	۸	۵
F ₄	۱	۵
F ₅	۷	۲
F ₆	۳	۴
F ₇	۲	۵
F ₈	۱۱	۵
F ₉	۶	۵
F ₁₀	۴	۵
F ₁₁	۳	۴
F ₁₂	۶	۸
F ₁₃	۵	۵
F ₁₄	۷	۱۰
F ₁₅	۶	۵
F ₁₆	۹	۸
F ₁₇	۴	۷
F ₁₈	۹	۴
F ₁₉	۶	۷

F ₂₀	۱	۹
-----------------	---	---

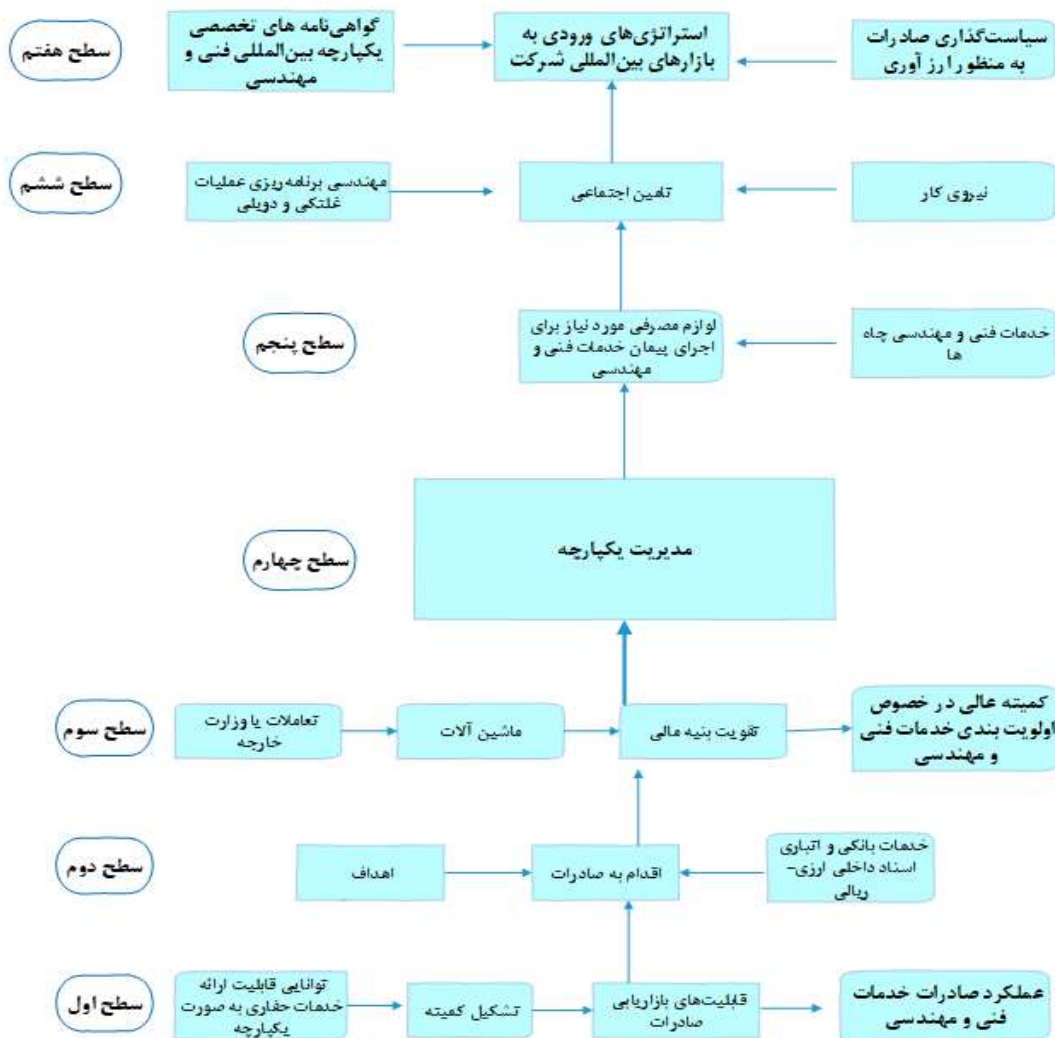
بعد از سازگار کردن ماتریس، متغیرهای شناسایی شده سطح‌بندی می‌شوند. برای تعیین سطح و اولویت متغیرها، مجموعه‌های ورودی و خروجی برای هر متغیر مشخص می‌شود. مجموعه خروجی شامل متغیرهایی می‌شود که می‌توان به آنها رسید و مجموعه ورودی شامل متغیرهایی می‌شود که از طریق آن می‌توان به این متغیر رسید. در این مرحله پس از تعیین مجموعه ورودی و خروجی، مجموعه مشترک برای هر متغیر نیز تعیین می‌گردد. سپس به منظور اولویت‌بندی، متغیرهایی که مجموعه خروجی و مشترک آنها کاملاً مشابه باشد، در بالاترین سطح از سلسله مراتب مدل ISM قرار می‌گیرند. برای مشخص کردن اجزای سطح بعدی سیستم، متغیر سطح‌بندی شده از جدول حذف و با بقیه متغیرهای باقی مانده جدول بعدی شکل داده می‌شود و این عمل تا تعیین سطح همه متغیرها ادامه داده خواهد شد.

جدول ۹: سطح‌بندی عناصر سازنده الگوی صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری در صنعت نفت و گاز

سطح	مجموعه مشترک	مجموعه ورودی	مجموعه خروجی	متغیرها
سطح دوم	F ₁ , F ₃	F ₁ , F ₃ , F ₅ , F ₈	F ₁ , F ₃ , F ₇	F ₁
سطح دوم	F ₂	F ₂ , F ₅ , F ₈	F ₂ , F ₄	F ₂
سطح دوم	F ₁ , F ₃	F ₁ , F ₃ , F ₅ , F ₈	F ₁ , F ₃ , F ₇	F ₃
سطح اول	F ₄	F ₂ , F ₄ , F ₅ , F ₈	F ₄	F ₄
سطح چهارم	F ₅	F ₅	F ₁ , F ₂ , F ₃ , F ₄ , F ₅ , F ₆ , F ₇ , F ₈	F ₅
سطح اول	F ₆	F ₅ , F ₆	F ₆	F ₆
سطح اول	F ₇	F ₁ , F ₃ , F ₅ , F ₇ , F ₈	F ₇	F ₇
سطح سوم	F ₈	F ₅ , F ₈	F ₁ , F ₂ , F ₃ , F ₄ , F ₇ , F ₈	F ₈
سطح پنجم	F ₉	F ₁ , F ₆ , F ₇ , F ₈	F ₉	F ₉

سطح پنجم	F ₁₀	F ₁₀ , F ₇ , F ₈	F ₁₀	F ₁₀
سطح پنجم	F ₁₁	F ₁₁ , F ₈	F ₁₁	F ₁₁
سطح پنجم	F ₁₂	F ₁₂ , F ₆ , F ₈	F ₁₂	F ₁₂
سطح پنجم	F ₁₃	F ₁₃ , F ₂ , F ₃ , F ₄ , F ₅ , F ₆ , F ₈	F ₁₃	F ₁₃
سطح ششم	F ₁₄	F ₁₀ , F ₁₁ , F ₁₃ , F ₁₄	F ₁ , F ₁₄	F ₁₄
سطح ششم	F ₁₅	F ₂ , F ₅ , F ₁₅	F ₂ , F ₁₅	F ₁₅
سطح ششم	F ₁₅ , F ₁₆	F ₁ , F ₁₂ , F ₁₅ , F ₁₆	F ₁ , F ₁₅ , F ₁₆	F ₁₆
سطح هفتم	F ₁₇	F ₁₃ , F ₁₄ , F ₁₅ , F ₁₇ , F ₁₈ , F ₁₉ ,	F ₁₃ , F ₂ , F ₃ , F ₄ , F ₅ , F ₆ , F ₁₇	F ₁₇
سطح هفتم	F ₁₈	F ₁₃ , F ₂ , F ₃ , F ₄ , F ₅ , F ₆ , F ₁₈	F ₁ , F ₁₈	F ₁₈
سطح هفتم	F ₁₉	F ₁₃ , F ₂ , F ₃ , F ₄ , F ₅ , F ₆ , F ₈	F ₁₃ , F ₁₄ , F ₁₅ , F ₁₆ , F ₁₇ , F ₁₈ , F ₁₉	F ₁₉
سطح هفتم	F ₂₀	, F ₇ , F ₈ , F ₉ , F ₂₀	F ₁₃ , F ₁₆ , F ₁₇ , F ₁₈ , F ₁₉ , F ₂₀	F ₂₀

همانطور که در جداول فوق مشاهده می‌شود، برای متغیر تحقیق عناصر سازنده در ۷ سطح قرار گرفته‌اند. اکنون با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل داده‌های تحقیق، مدل پژوهش به صورت نمودار زیر ترسیم می‌شود. در مدل زیر روابط متقابل و تأثیر گذاری بین معیارها و ارتباط معیارهای سطوح مختلف به خوبی نشان داده شده است که موجب درک بهتر فضای تصمیم‌گیری به وسیله مدیران می‌شود. معیارهای سطح هفتم (از پایین مدل به سمت بالا) بیشترین ارتباط و تأثیر را بر سیستم دارند و با تغییر آنها سیستم دچار تغییر می‌شود. معیارهایی که در سطوح بالاتر هستند، از تأثیر گذاری کمتری برخوردارند و بیشتر تحت تأثیر سایر معیارها می‌باشند.



نمودار ۱: مدل نهایی صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری در صنعت نفت و گاز

۲۰ یعنی عملکرد صادرات خدمات فنی و مهندسی، خدمات بانکی و اعتباری اسناد ارزی-ریالی، توانایی قابلیت ارائه خدمات حفاری به صورت یکپارچه در این محدوده قرار گرفتند. دسته سوم به نام متغیرهای ارتباط یا متصل دارای قدرت محرک و وابستگی قوی می‌باشند. در این پژوهش، ۱۱ عامل در این محدوده قرار گرفته است، که شامل ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۱۰-۱۱-۱۲-۱۹ که عبارتند از قابلیت‌های بازار یابی صادرات، تعاملات با وزارت خارجه، ماشین آلات، کمیته عالی در خصوص اولویت‌بندی خدمات فنی و مهندسی نیروی کار، تأمین اجتماعی، مهندسی برنامه ریزی عملیات حفاری خشکی و دریایی، گواهی نامه‌های تخصصی یکپارچه بین المللی فنی و مهندسی، مدیریت یکپارچه، استراتژی‌های ورود به بازارهای بین‌المللی شرکت و سیاست گذاری صادرات به منظور آآوری در واقع هرگونه عملی بر روی این متغیرها منجر به تغییر سایر متغیرها میشود. خوشه چهارم به نام متغیرهای مستقل که دارای قدرت محرک قوی و وابستگی ضعیف است. عاملهای ۱۸ و ۱۳ یعنی تشکیل کمیته و تقویت بینه مالی در این محدوده قرار گرفته است بدین معنا که این متغیرها همانند سنگ زیربنای مدل عمل میکنند و برای شروع باید در مرحله اول روی آنها تاکید کرد.

پایایی مدل

به منظور سنجش پایایی مدل طراحی شده از شاخص کاپا^۱ استفاده شده است. به این روش که شخص دیگری (از متخصصان در این رشته) بدون اطلاع از نحوه ادغام کدها و مفاهیم ایجاد شده توسط محقق، اقدام به دسته بندی کدها در مفاهیم کرده است. سپس مفاهیم ارائه شده توسط محقق با مفاهیم ارائه شده توسط این فرد مقایسه شده است. در نهایت با توجه به تعداد مفاهیم ایجاد شده مشابه و مفاهیم ایجاد شده متفاوت، شاخص کاپا محاسبه شده است. همانطور که در جدول ۳-۴ مشاهده می‌گردد، محقق ۲۳ مفهوم و فرد دیگر ۲۰ مفهوم ایجاد کرده‌اند که از این تعداد ۱۹ مفهوم مشترک هستند.

جدول ۱۰: وضعیت تبدیل کدها به مفاهیم توسط محقق و فرد دیگر

	نظر محقق		
	مجموع	خیر	بله
نظر فرد دیگر	۲۰	۱B=	۱۹A=
	۴	D=0	۴C=
مجموع	۲۴	۱	۲۳

$$\text{مشاهده شده} = \frac{A+D}{N} = \frac{19}{24} = 0.79$$

$$\text{توافقات شانسی} = \frac{A+B}{N} \times \frac{A+C}{N} \times \frac{C+D}{N} \times \frac{B+D}{N} = \frac{20}{24} \times \frac{23}{24} \times \frac{4}{24} \times \frac{1}{24} = 0.006$$

$$K = 0.791 = \frac{\text{توافقات شانسی} - \text{توافقات مشاهده شده}}{1 - \text{توافقات شانسی}} = \frac{0.792 - 0.006}{1 - 0.006}$$

جدول ۱۱: نتایج دسته‌بندی پژوهشگر و شخص دیگر

	نظر محقق			
	بله	خیر	مجموع	
نظر شخص دیگر	بله	A=۲۹	B=۵	۳۴
	خیر	C=۲	D=۰	۲
	مجموع	۳۱	۵	۳۶

جدول ۱۲: وضعیت شاخص کاپا

وضعیت توافق	مقدار عددی شاخص کاپا
ضعیف	کمتر از صفر
بی اهمیت	بین ۰ تا ۰.۲
متوسط	بین ۰.۲ تا ۰.۴
مناسب	بین ۰.۴ تا ۰.۶
معتبر	بین ۰.۶ تا ۰.۸
عالی	بین ۰.۸ تا ۱

همانطور که دیده می‌شود مقدار شاخص کاپا برابر با ۰/۷۹۱ محاسبه شد که با توجه به جدول در سطح توافق معتبر قرار گرفته است.

در این پژوهش برای پایایی از ضریب کاپای کوهن استفاده شده است. اگر این ضریب مقداری بیشتر از ۰/۶۰ داشته باشد مقدارش دارای اعتبار و قابل قبول است. ضریب کاپا بین صفر تا یک متغیر است و به صورت درصد بیان می‌شود در این پژوهش، شاخص کاپا ۰/۷۱۲ محاسبه شد که نشان‌دهنده توافق بالا بین مرورگران است. بنابراین، تمامی مطالعات و شاخص‌های احصا شده، از نظر کیفیت توسط خبرگان تایید شده است.

بحث و نتیجه گیری

به منظور بحث و نتیجه گیری در ابتدا یافته‌های حاصل از این مطالعه مطرح و با مرور مطالعات همراستا و پیرامونی، نتایج به بحث گذاشته می‌شود. همانطور که پیشتر بیان شد، تحقیق حاضر در دو بخش کیفی و کمی انجام پذیرفته است. بر همین اساس، در تحقیق حاضر به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات جهت تجزیه و تحلیل بخش کیفی، از تحلیل محتوای اسناد و مدارک که برنامه استراتژیک شرکتهای نفت و گاز و شرکت ملی حفاری ایران و همچنین اجرای دوره‌های روش دلفی، استفاده شد. در ادامه با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری، نتایج بخش کیفی تحقیق برآزش و کلیه روابط تأیید شد. سپس مدل تحقیق با استفاده از روش مدلسازی ساختاری-تفسیر (ISM)، طراحی گردید. در مدل (ISM) روابط متقابل و تأثیرگذاری بین معیارها و ارتباط معیارهای سطوح مختلف به خوبی نشان داده شده است که موجب درک بهتر فضای تصمیم‌گیری به وسیله مدیران می‌شود. و در پایان تحلیل میک مک برای نمایش گرافیکی متغیرها براساس قدرت نفوذ و وابستگی آنها در مدلسازی ساختاری-تفسیری، انجام شد. بر اساس یافته‌های تحقیق، مدل صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری در حوزه نفت و گاز در شرکت ملی حفاری ایران در هفت سطح تقسیم بندی شدند که عبارتند از:

معیارهایی که در سطوح بالاتر هستند، از تأثیرگذاری کمتری برخوردارند و بیشتر تحت تأثیر سایر معیارها می‌باشند.

همچنین نمودار میک مک براساس نمرات قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر عامل ترسیم می‌شود تا مشخص شود هر عامل دارای چه نقشی (خودگردان، مستقل، ارتباطی و یا وابسته) در پژوهش است.

نتایج خروجی نرم افزار میک مک نشان داد که متغیرهای خودگردان (خوشه اول) قدرت اثرگذاری و وابستگی ضعیف است. این متغیرها را میتوان از سیستم جدا کرد. متغیرهای ۱۵، ۱۴، ۸، ۹ در این منطقه قرار گرفته اند که عبارتند از اقدام به صادرات، اهداف کیفی مبتنی بر استراتژیهای شرکت، خدمات فنی و مهندسی چاه ها لوازم مصرفی مورد نیاز برای اجرای پیمان خدمات فنی و مهندسی در این محدوده قرار دارد.

خوشه دوم متغیرهای وابسته است. آنها قدرت محرک ضعیف و قدرت وابستگی قوی داشته باشد. سه متغیر ۱۶ و ۱۷ و ۲۰ یعنی عملکرد صادرات خدمات فنی و مهندسی، خدمات بانکی و اعتبار اسنادی ارزی - ریالی، توانایی قابلیت ارائه خدمات حفاری به صورت یکپارچه در این محدوده قرار گرفتند.

خوشه سوم به نام متغیرهای ارتباطی یا متصل دارای قدرت محرک و وابستگی قوی میباشند. در این پژوهش، ۱۱ عامل در این محدوده قرار گرفته است، که شامل ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۱۰-۱۱-۱۲-۱۹ که عبارتند از قابلیت‌های بازار یابی صادرات، تعاملات با وزارت خارجه، ماشین آلات، کمیته عالی در خصوص اولویت بندی خدمات فنی و مهندسی نیروی کار، تأمین اجتماعی، مهندسی برنامه ریزی عملیات خشکی و دریایی، گواهی نامه های تخصصی یکپارچه بین المللی فنی و مهندسی، مدیریت یکپارچه، استراتژیهای ورود به بازار های بین المللی شرکت سیاست گذاری صادرات به منظور ارزآوری در واقع هر گونه عملی بر روی این متغیرها منجر به تغییر سایر متغیرها میشود.

خوشه چهارم به نام متغیرهای مستقل که دارای قدرت محرک قوی و قدرت وابستگی ضعیف است. عملهای ۱۸ و ۱۳ یعنی تشکیل کمیته تقویت بنیه مالی در این محدوده قرار گرفته است بدین معنا که این متغیرها همانند سنگ زیربنای مدل عمل میکنند و برای شروع باید در مرحله اول روی آنها تاکید کرد.

پیشنهادها

با توجه به نتایج خروجی روش دلفی دور دوم و در جهت پاسخ به سوالات تحقیق برای هر بعد مدل پیشنهاداتی ارائه میشود.

پیشنهادات برای مهندسی برنامه ریزی عملیات حفاری خشکی و دریایی

الف- توسعه و تقویت بخش مهندسی کالا و برنامه ریزی کلان برای بازار یابی در این بخش
ب- تهیه کالا و مواد مرغوب از شرکتهای معتبر و توسعه حوزه کاری مهندسی برنامه ریزی اسید کاری در چاه های نفت و گاز

ج- توسعه و گسترش آزمایشگاه های حفاری در جهت رقابت با دیگر شرکت های صادراتی دنیا
د- ایجاد کار گروه پژوهش و توسعه در جهت صادرات خدمات فنی و مهندسی
ه- توسعه زیر ساختهای بین المللی خدمات رایانه ای جهت حضور در بازار های بین المللی

پیشنهادات برای تأمین اجتماعی

الف- ایجاد، حمایت و اجرای استمرار بیمه کارکنانی که در بازار های بین المللی حضور می یابند
ب- دریافت حق بیمه و فرانشیز برای اجرای خدمات فنی و مهندسی برای شرکت
ج- تعیین و اجرای بیمه ضمانت نامه ها و قرارداد های ملی و بین المللی

پیشنهاد برای خدمات فنی و مهندسی چاه ها

الف- تحول و برنامه ریزی تحول سیمان کاری دریایی و خشکی با مواد نانو جدید
ب- تهیه مواد اولیه برای اسیدکاری چاه
ج- تقویت تیم و مواد جداره گذاری چاه
د- استفاده از کالای مرغوب و مورد اطمینان شرکتهای داخلی در لوله مغزی سیار
ه- استفاده مطلوب و بهره ور مخلوط مواد شیمیایی
و- ایجاد کار گاه و آزمایش بهره دهی چاه
ز- انجام نصب آویز و تکمیل چاه
گ- آزمایش تعیین میزان بهره دهی چاه
ک- ایجاد راهکار های نوین تزریق نیتروژن با ارسال تیم های کاری به کشور های خارجی جهت آموزش
م- ایجاد تیم ماتریسی و کاری حفاری فرو تعالی ولایه آزمایشی

پیشنهاد برای توسعه اهداف کیفی مبتنی بر استراتژیهای شرکت

الف- ایجاد کارآمدی عملیاتی در بین تیم های کاری و ویژه و موقت و استفاده از تیم های ادهو کراتیک
ب- برنامه ریزی صادراتی برای رقابت پذیری (نفوذ در بازار)
ج- ایجاد روش ها و متد های نوین بهبود سازمانی و توسعه پایدار
د- ایجاد فرایندهای ایمنی مطلوب، توانمند سازی و پایداری مالی در خدمات فنی و مهندسی
ه- تکمیل و راه اندازی مطلوب و استفاده بهینه از مستر راندمان و بازدهی عملیات حفاری

- و- برنامه ریزی و تدوین روش های جدید در کارایی پشتیبانی از عملیات مبتنی بر بهینه سازی دستگاهها
- ز- ایجاد پایداری عملیات سازمانی با توجه به مخاطرات و ریسکهای عوامل و ارزیابی
- ش- شناساسایی ، انتخاب و ارزیابی تامین خدمات پیشنهاد برای مدیریت یکپارچه
- س- بازنگری سیستم مدیریت یکپارچه و اجرای ممیزی دوره ای از طریق برنامه ریزی

پیشنهاد برای توانایی قابلیت ارائه خدمات حفاری به صورت یکپارچه

- الف- اجرای برنامه های کاربردی بمنظور ارائه خدمات به روش کلید در دست
- ب- اجرای برنامه های کاربردی به روش EPD
- ج- اجرای برنامه های کاربردی به روش EPC - EPD
- د- اجرای برنامه های کاربردی به روش EPDS
- ه- اجرای برنامه های کاربردی به روش EPDSF

پیشنهاد برای گواهی نامه های تخصصی بین المللی فنی و مهندسی

- الف- برنامه ریزی و پیگیری دریافت گواهینامه کنترل فوران تخصصی بین المللی فنی و مهندسی
- ب- برنامه ریزی و پیگیری دریافت گواهینامه انجمن بین المللی حفاری تخصصی بین المللی فنی و مهندسی
- ج- برنامه ریزی و پیگیری دریافت گواهینامه های ایزو تخصصی بین المللی فنی و مهندسی
- د- برنامه ریزی و پیگیری دریافت گواهینامه های ASC تخصصی بین المللی فنی و مهندسی

پیشنهادات برای نیروی کار

- الف- استفاده از نیروی کار ماهر برای کار های تخصصی خدمات فنی و مهندسی
- ب- استفاده نیروی کار ساده برای کار های غیر تخصصی
- ج- استفاده از نیروی کار مطابق با آیین نامه
- د- صدور کار نامه شغلی برای کار کنان حاضر در عرصه بین الملل

پیشنهادات برای تشکیل کمیته خدمات فنی و مهندسی

- الف- تشخیص صلاحیت
- ب- ایجاد نقشه راه نوع و میزان قابل خروج کالا، مواد، تجهیزات و ماشین آلات
- ج- تعیین و محاسبه میزان ارز قابل بازگشت در هر قرارداد
- د- بیان راهبردها و استراتژیهای نحوه بازگشت ارز صدور خدمات فنی و مهندسی ، تجهیزات و ماشین آلات
- ه- تعیین سقف ضمانت نامه ها و قرارداد ها

پیشنهادات برای لوازم مصرفی مورد نیاز برای اجرای پیمان خدمات فنی و مهندسی

- الف- ایجاد روش مناسب بمنظور خروج ماشین آلات و تجهیزات مربوطه
- ب- رفع مسایل گمرکی و رایزنی با مسئولان کشوری و لشکری برای عبور وسایل از گمرک در کمترین زمان ممکن
- ج- ایجاد تسهیلات جذب خدمات فنی و مهندسی

پیشنهادات برای ماشین آلات و تجهیزات

- الف- اجرای برنامه های صادرات موقت
- ب- ورود و ترخیص ماشین آلات و تجهیزات
- ج- انجام بیمه نامه ماشین آلات و تجهیزات
- د- ایجاد تضمین برگشت ماشین آلات و تجهیزات

پیشنهادات برای تقویت بنیه مالی

- الف- دریافت ۱۵ تا ۲۵ درصد پروژه به عنوان پیش پرداخت
- ب- ابلاغیه رسمی ارجاع کار با قرار داد معتبر
- ج- تسویه پیش پرداخت طرح در زمان اجرای طرح
- د- پیگیری و ایجاد راهکار قانونی برای دسترسی به ارز

پیشنهادات برای تعاملات با وزارت خارجه

- الف- توجیه نمایندگیها در خصوص صادرات خدمات فنی و مهندسی
- ب- ارسال اطلاعات به امور بین الملل شرکت ملی نفت ایران و ارجاع به سایر شرکت های ذی ربط
- ج- تهیه ویزای ورود و خروج نیروهای شرکت در امر خدمات فنی و مهندسی

پیشنهادات برای اقدام به صادرات

- الف- دریافت و بروز رسانی گواهینامه رتبه بندی سازمان برنامه و بودجه
- ب- دریافت و بروز رسانی گواهینامه رتبه بندی نفت و گاز
- ج- دریافت و بروز رسانی گواهینامه صلاحیت ایمنی بین المللی
- د- دریافت و بروز رسانی گواهینامه بین المللی عملیات حفاری

پیشنهادات برای کمیته عالی در خصوص اولویت بندی خدمات فنی و مهندسی

- الف- ایجاد کمیته بررسی فنی و بودجه بندی
- ب- اعطای اعتبارات صادراتی
- ج- برنامه ریزی و تدوین خط مشی ها و سیاست گذاری و بودجه بندی اعتبارات

پیشنهادات برای خدمات بانکی و اعتبار اسنادی ارزی - ربالی

- الف- گشایش اعتبار اسنادی داخلی و خارجی
- ب- نرخ تسعیر ارز صادراتی
- ج- تضمین شرکت در فرایند ارجاع و انجام تعهدات
- د- تضمین پیش پرداخت
- ه- ایجاد تسهیلات جهت پرسنل با تعامل و همکاری با بانک های عامل

پیشنهادات برای سیاست گذاری صادرات به منظور ارزآوری

- الف- امضای تفاهم نامه های همکاری مشترک بین شرکت و دیگر شرکت های صادراتی بین المللی

- ب- تهیه برنامه های مذاکره در عرصه بین المللی
- ج- اتخاذ سیاستهای خاص تشویقی جهت بهره برداری از میداين خاص
- د- ایجاد و اجرای دستور صدور خدمات فنی و مهندسی حفاری
- ه- مطالعه و مشاوره فنی و مهندسی حفاری
- و- تدوین راهبردهای شروع عملیات حفاری و پایان قرار داد و همچنین تسویه حساب

پیشنهادات برای قابلیت های بازار یابی صادراتی

- الف- ایجاد قابلیت های استراتژیک با موقعیت برنامه ریزی و سنجش بازار و موقعیت بازاریابی
- ب- ایجاد قابلیت های عملیاتی با ایجاد توانایی منحصر بفرود و تبلیغات و همچنین دسترسی به مشتری، مدیریت فروش و مدیریت خدمات حفاری

- ج- ایجاد قابلیت های کار بردی با ایجاد مهارت تخصصی، مهارت مدیریتی و مهارت اداری در بین پرسنل

پیشنهادات برای استراتژیهای ورود به بازار بین الملل شرکت

- الف- مطالعه و تدوین اهداف و راهبردهای صادراتی
- ب- استفاده از تجربیات شرکت در ادوار گذشته در بنیان های صادرات خدمات فنی و مهندسی
- ج- ایجاد منابع استراتژیک و قابلیت های شرکت
- د- استفاده از ویژگی های ساختاری، ویژگی های فرهنگی و اعتباری شرکت

پیشنهادات برای عملکرد صادراتی خدمات فنی و مهندسی

- الف- تدوین راهبردها و استراتژیهای بازار محوری صادرات خدمات فنی و مهندسی
- ب- مشتری محوری صادرات خدمات فنی و مهندسی
- ج- ایجاد کیفیت روابط صادرات خدمات فنی و مهندسی
- د- ایجاد و پایبندی به تعهد صادرات خدمات فنی و مهندسی

پیشنهادات برای محققان آتی

- طراحی الگوی اهداف کیفی مبتنی بر استراتژیهای بازار یابی شرکت در عرصه بین الملل خدمات فنی و مهندسی حفاری
- طراحی مدل مدیریت یکپارچه صادرات خدمات فنی و مهندسی حفاری
- طراحی و تدوین الگوی عملکرد صادراتی خدمات فنی و مهندسی حفاری
- تدوین و طراحی و نحوه استراتژیهای ورود به بازار های بین المللی صادرات خدمات فنی و مهندسی و ارائه الگوی بهینه

محدودیت های پژوهش

- محدودیت های پژوهش، عواملی هستند که ممکن است قابلیت تعمیم پذیری یافته های پژوهش را کاهش دهند، این پژوهش نیز از این قاعده مستثنی نبوده است.

- اولین محدودیت پژوهش حاضر، انتخاب مشارکت کنندگان و نمونه آماری در اجرای پژوهش است. چون انتخاب نمونه آماری تحت تاثیر محدودیتهای زمانی و مکانی بوده است. لذا در صورت افزایش تعداد نمونه، ممکن بود نتایج پژوهش به مراتب دقیق تر باشد.
- یکی دیگر از محدودیت های تحقیق میزان تعمیم پذیری یافته ها یا مدل پژوهش است. اینکه چه میزان این یافته ها در سطح جامعه تحقیق قابل تعمیم است؟. اگرچه اعتماد ابزار اندازه گیری بررسی شده است، ولی بنا به کیفی بودن بخشی از تحقیق، نمی توان گفت که اگر این بخش از تحقیق دوباره با ابزار مصاحبه انجام شود جواب یکسان خواهد شد. البته سعی شده است با تدوین برنامه های دقیق برای پانل دلفی و طرح سؤال های کلی در مراحل اولیه، به گروه دلفی آزادی بیان و طرح دیدگاه داده شود.

منابع

- احمدزاده، خالد؛ یآوری، کاظم؛ عصارى، عباس و سبحانی، بهرام (۱۳۹۱)، بررسی عوامل مؤثر بر صادرات خدمات مطالعه موردی: صادرات خدمات فنی و مهندسی، فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی (رویکرد اسلامی - ایرانی) سال دوازدهم، شماره ۴۷.
- اشرفی، فاطمه، حسین زاده، رمضان. (۱۳۹۸). مقاله پژوهشی: اثر تغییر ساختار صادرات بر ارزش افزوده و جبران خدمات کارکنان در اقتصاد ایران: کاربرد مدل داده - ستانده. تحلیل های اقتصادی توسعه ایران، ۷(۲)، ۱۲۹-۱۵۰.
- اسکات، الکس، رابینسون، گریگ (۱۳۹۹) برنامه ریزی استراتژیک در صنعت نفت و گاز، انتشارات فوژان، چاپ اول، صص ۲۲-۲۹.
- حسین پور، داوود، شریف زاده، فتح، سید نقوی، میر علی & صدر نفیسی، سیروس. (۱۴۰۰). ارایه چارچوب خط مشی های دولت در افزایش توان رقابت ملی در بازارهای برون مرزی خدمات مهندسی. فصلنامه انجمن علوم مدیریت ایران، 116-83, 16(62).
- جدیدالاسلامی، سامره؛ صبحیه، محمدحسین (۱۳۹۹)، چالش ها و راهکارهای تسهیل و گسترش صادرات خدمات فنی و مهندسی در ایران، پانزدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت پروژه ایران، تهران، ۱-۱۴.
- جوکار، م (۱۴۰۲) تبیین وضعیت موجود مسئولیت اجتماعی شرکت های بزرگ نفتی و ارائه الگوی بهینه برای شرکت ملی نفت ایران رساله دکتری تخصصی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر.
- رحیم منفرد، جواد؛ جعفری، جلال (۱۴۰۰)، بررسی تأثیر گرایش بازار و کارآفرینانه هم زمان بر عملکرد اقتصادی با نقش تعدیلگری سرمایه های مالی و آشننگی بازار صادرات. فصلنامه علمی - پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری، ۹ (۳۴): ۵۵-۶۸.
- بختیاری، مینا؛ بخشنده، قاسم (۱۳۹۸)، بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد صادرات با نقش میانجی انطباق آمیخته بازاریابی در شرکت های صادراتی استان خوزستان، مدیریت کسب و کارهای بین المللی، ۲ (۳): ۱۴۵-۱۶۲.
- پورسلیمی، مجتبی؛ حسینی، سیدمحمدرضا (۱۳۹۳)، تأثیر کیفیت خدمات و شرایط عاطفی کارکنان بر اعتماد مشتریان شعب بانک ملت در شهر مشهد، اولین همایش ملی بازاریابی: فرصت ها و چالش ها، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده علوم پایه، ۱-۲۳.
- حاجی پور، بهمن؛ رحیمی، فرج الله. (۱۳۹۴)، تأثیر جهت گیری راهبردی و قابلیت های بازاریابی بر عملکرد صادراتی، چشم انداز مدیریت بازرگانی، ۱۴ (۲۳): ۸۷-۱۰۵.

خاوری، فروغ؛ مشایخ، محمدرضا؛ لاری سمنانی، بهروز (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر تجارت الکترونیک بر صادرات خدمات فنی و مهندسی (مطالعه موردی خدمات معماری)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بین‌الملل، دانشگاه پیام‌نور استان تهران، مرکز پیام نور تهران غرب.

طیبه، سید کمیل؛ زمانی، زهرا؛ نوروزی طالخونچه، محسن؛ شکری، محمود (۱۳۹۳)، اثر نوآوری بر توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی کشورهای منتخب نوظهور: درسی برای اقتصاد ایران، اقتصاد مالی، ۸ (۲۷): ۱۱-۲۸.

معنوی، سپیده؛ دانایی، حبیب‌اله؛ هاشم‌نیا، شهرام (۱۳۹۲)، بررسی چالش‌های صادرات خدمات فنی و مهندسی ایران به عراق، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی (گرایش بازاریابی)، دانشگاه پیام‌نور استان البرز، دانشکده مدیریت و حسابداری. میرابی، وحیدرضا؛ فلاح شمس، میرفیض؛ کوشان، ندا؛ سعیدی، نیما (۱۳۹۱)، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات الکترونیکی در بازار سهام با استفاده از روش تاپسیس فازی، مجله مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار، ۱۲: ۱۴۷-۱۶۸.

نادری کرملی، واعظی سید کمال. رویکرد بازاریابی در صادرات خدمات فنی و مهندسی نفت و گاز در ایران. مطالعات راهبردی در صنعت نفت و انرژی. ۱۴۰۰؛ ۱۳ (۵۱): ۳۵-۵۲.

ورهرامی، ویدا؛ فکور، علی (۱۴۰۰)، تعیین و تخمین عوامل مؤثر بر عرضه صادرات محصول پتروشیمیایی متانول به مقاصد صادراتی (امارات، ترکیه، چین و هند) با استفاده از الگوی خود رگرسیون برداری با وقفه توزیعی (ARDL)، راهبرد اقتصادی، ۱۰ (۳۶): ۱۰۹-۱۴۴.

قاسمی، حسن؛ اعرابی، سید محمد & دهقان، نبی‌اله. (۱۳۸۶). مدل هماهنگی بین استراتژی بازاریابی بین‌الملل با ابعاد محیطی سازمان و زیر سیستم‌های بازاریابی بین‌الملل و اثر آن بر عملکرد صادراتی (مورد: صنعت خدمات فنی و مهندسی). مطالعات مدیریت صنعتی. 6(17), 75-105.

- Adeoti, J. (2012). Technology- related factors as determinants of export potential of Nigerian manufacturing firms. *Structural Change and Economic Dynamics*, 23: 481-503.
- Aparicio, S., Audretsch, D., & Urbano, D. (2021). Why is export-oriented entrepreneurship more prevalent in some countries than others? Contextual antecedents and economic consequences. *Journal of World Business*, 56(3), 101177.
- Ajayi, Oyindamola Abiola, Mmutle, Tsietsi (2020) CorpoCorporatereputationthrough strategic communicationrate reputation through strategic communication of corporate social esponsibility, PP45-49
- Alferaih, Adel, (2023) Starting a New Business? Assessing University Students' Intentions towards
- Arunachalam, S., Bahadir, S. C., Bharadwaj, S. G., & Guesalaga, R. (2020). New product introductions for low-income consumers in emerging markets. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(5), 914-940.
- Adomako, S., Ning, E., & Adu-Ameyaw, E. (2021). Proactive environmental strategy and firm performance at the bottom of the pyramid. *Business Strategy and the Environment*, 30(1), 422-431.
- Angeli, F., & Jaiswal, A. (2021). A socio-ecological perspective on poverty alleviation and environmental protection at the BOP. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2021, No. 1, p. 13358). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management

- Barrett, G., Dooley, L., Bogue, J., 2021. Open innovation within high-tech SMEs: a study of the entrepreneurial founder's influence on open innovation practices. *Technovation* 103 (5), 232–248.
- Blunden, R. (2021). Quality of Life in Persons with Disabilities: Issues in the Development of Services 1. In *Quality of life for handicapped people*, 37-55.
- .Dommen, C. (2021). Applying the Human Rights Framework to Economic Policy: Insights from an Impact Assessment of Services Trade Liberalisation in Mauritius. *African Journal of International and Comparative Law*, 29(1), 1-39.
- Drapkin, I., Anna, G., & Panzabekova, A. (2021). Determinants of high-tech export in CEE and CIS countries. *Journal of Economy of Region*, 17(2), 486-501.
- Digital Entrepreneurship in Saudi Arabia, *International Journal of Information Management Data Insights journal homepage: www.elsevier.com.pp25-29*
- Judith Cavazos-Arroyo, Rogelio Puente-Diaz(2023) The effect of network capabilities, trust and pricing and selling capabilities on the impact of social enterprisem Published 27 January 2023 mpp45-49
- Gupta , Shagufta, Ghosh ,, Poulomi , Sridhar(2022) Impact of data trade restrictions on IT services export: A cross-country analysis, *Telecommunications Policy* no46 ,pp102-116
- Güvercin, D. (2020). Boundaries on Turkish export-oriented industrialization. *Economic Structures*, 9 (46), 1-15.
- Haddoud, M. Y., Jones, P., & Newbery, R. (2021). Export intention in developing countries: A configuration approach to managerial success factors. *Journal of Small Business Management*, 59(1), 107-135.
- Lin, Ku-Ho, Kuo-Feng Huang, and Yao-Ping Peng (2014). "Impact of export market orientation on export performance: A relational perspective." *Baltic Journal of Management* 9.4: 403-425
- Mahmoud, Abdulai Mahmoud., Blankson, Charles., Owusu-Frimpong, Nana., Nwankwo, Sonny., Trang, Tran P. (2016). Market orientation, learning orientation and business performance (The mediating role of innovation), *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 34, No. 5, pp. 623-648.
- Mostafiz, M. I., Sambasivan, M., & Goh, S. K. (2021). Antecedents and consequences of market orientation in international B2B market: Role of export assistance as a moderator. *Journal of Business & Industrial Marketing*.
- Namin, A. (2017), Revisiting customers' perception of service quality in fast food restaurants, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 70-81.
- , Nguyen Phong Nguyen – Samuel Adomako – Mujtaba Ahsan(2023) The base-of- the-pyramid orientation and export performance of Vietnamese small and medium enterprises, *Journal of Business Research*,pp:35-47
- Orji, Ifeyinwa Juliet(2019) Examining barriers to organizational change for sustainability and drivers of sustainable performance in the metal manufacturing industry *Resources, Conservation & Recycling* 140 (2019)PP: 102–114
- Prakash, A. and Mohanty, R. P. (2013), Understanding service quality, *Production Planning & Control*, 24(12): 1050-1065.

- Roy, S., Sreejesh, S., Bhatia, S. (2019), Service quality versus service experience: An empirical examination of the consequential effects in B2B services, *Industrial Marketing Management*, 1-18.
- Shahzad, U., Doğan, B., Sinha, A., & Fareed, Z. (2021). Does Export product diversification help to reduce energy demand: exploring the contextual evidences from the newly industrialized countries. *Energy*, 214, 118881.
- Shieh, C. H. (2020). Services export and economic growth: a panel cointegration approach. *International Journal of Business and Economics*, 5(2), 66-82.
- Silitonga, I. L., & Sadiawati, D. (2021). Liberalization of medical personnel services trade through the asean framework agreement on services in the mutual recognition arrangement. *International Journal of Business, Economics, and Law*, 24(1), 5-12.
- Tavassoli, M., & Azad, N. (2021). The effect of international marketing on the improving export performance of exporting companies (case study: exporting companies).
- Wagner, J. (2021). A note on the firm size—Export relationship. In *MICROECONOMETRIC STUDIES OF FIRMS' IMPORTS AND EXPORTS: Advanced Methods of Analysis and Evidence from German Enterprises*, 25-38.
- Wang, T., Zuo, H., Wu, C. H., & Hu, B. (2021). Combined soft measurement on key indicator parameters of new competitive advantages for China's export. *Financial Innovation*, 7(1), 1-24.
- Xiang, C., Chen, F., Jones, P. & Xia, S.(2023) The effect of institutional investors' distraction on firms' corporate social responsibility engagement: evidence from China *Review of Managerial Science*, vol. 15, no. 6, pp. 1645-1681
- Zhang , Xiaobin, ,Zhao Fang Chu , Lei Ren, ,Jianguo Xing(2023) Open innovation and sustainable competitive advantage: The role of organizational learning *Technological Forecasting & Social Change*,pp:47-53
- Zhu, F., Wei, Z., Bao, Y., & Zou, S. (2019). Base-of-the-Pyramid (BOP) orientation and firm performance: A strategy tripod view and evidence from China. *International Business Review*, 28(6), Article 101594.