

شناسایی و اولویت بندی مؤلفه های خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی

نویسندگان: پرویز قربانی^۱، جمشید عدالتیان شهریاری^۲، فریده حق شناس کاشانی^۳، محمدرضا کاباران زاد قدیم^۴، نصرت الله شادنوش^۵

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۷/۱۲/۱۱

تاریخ دریافت: ۹۷/۷/۶

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال بیست و دوم، شماره ۸۲، بهار ۱۳۹۸

چکیده

کارآفرینی تخریب خلاق و فرآیندی برای ارزش آفرینی و بستری برای رشد و تعالی جامعه انسانی می باشد. این پژوهش در زمینه مطالعات کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی و باهدف شناسایی و اولویت بندی مؤلفه های خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی انجام شده است. این پژوهش کاربردی و از لحاظ روش، آمیخته است. در مرحله کیفی؛ ابزار جمع آوری داده ها مصاحبه کیفی و عمیق با خبرگان بود. جامعه آماری شامل خبرگان کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی با حجم نمونه ۲۵ نفر با نمونه گیری به روش هدفمند قضاوتی تا رسیدن به نقطه اشباع نظری بود. تجزیه و تحلیل یافته ها به روش نظریه داده بنیاد با رویکرد کلاسیک (گلیزری) انجام شد. در مرحله کمی؛ ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه محقق ساخت یافته و نمونه آماری تحقیق ۳۸۴ نفر از کارآفرینان و فعالان اقتصادی کشور بود. نتایج پژوهش نشان داد مؤلفه های خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی شامل چهار مؤلفه به ترتیب اولویت: ۱. ایجاد بنگاه جدید (کسب و کار جدید) با شدت تأثیر ۰.۲/۸۹۵. ۲. خلق ثروت (ایجاد ثروت مولد) با شدت تأثیر ۰.۳/۸۹۴. ۳. توسعه کسب و کارها (ماندگاری کسب و کارها، گسترش کسب و کارها) با شدت تأثیر ۰.۴/۸۹۲. ۴. دستاورد جدید (تکنولوژی نوآورانه، محصول جدید) با شدت تأثیر ۰.۵/۸۶۵ می باشند.

واژگان کلیدی:

کارآفرینی، اقتصاد مقاومتی، کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی، خلق ارزش، خلق ثروت.

۱. گروه کارآفرینی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، Drparvizghorbani@gmail.com
۲. گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، (نویسنده مسئول) dr.edalatian@yahoo.de
۳. گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، fahaghshenaskashani_93@yahoo.com
۴. گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، kabaranzad@yahoo.com
۵. گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، n.shadnoush@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مساله

از نظر آموزه‌های قرآنی یکی از حکمت‌های آفرینش انسان، آبادانی زمین است که از طریق کار و کارآفرینی تحقق می‌یابد. در آیات قرآنی از خلیفه خدا خواسته شده تا با سعی و تلاش، کسب و کار و عمل، نعمت‌های الهی را در زمین و آسمان بجوید و با تبدیل و تغییر مناسب در آن‌ها جهت رشد و خدایی شدن از آن‌ها بهره‌مند شود (قربانی، ۱۳۹۳، ص ۱۰۲). حضرت رسول (ص) می‌فرماید: بهترین مردم کسی است که برای مردم، سودمندتر باشد (کشاورز ترک و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۶۹). ارزش‌ها تصویر آینده‌اند و بیشتر فلاسفه از دوران تمدن یونان باستان به آن توجه داشته‌اند (مبینی دهکردی و ربانی، ۱۳۹۱). تفکر درباره آینده، زیربنای همه تلاش‌های انسانی است که به‌طور ضمنی یا عینی از مفهوم «آینده» استفاده می‌کنند که شامل فعالیت‌هایی مثل برنامه‌ریزی، مدیریت، استراتژی، سیاست‌گذاری، رهبری و البته کارآفرینی است (رضایی و عیوضی، ۱۳۹۴). سرمایه‌گذاری و کارآفرینی، کاری بزرگ و نوعی عبادت است اما مدیریت‌های قوای مقننه، مجریه و قضاییه باید مراقبت کنند که در این روند، عدالت کمرنگ و فراموش نشود (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۷/۲/۱۴). کارآفرینی یک عبادت است؛ یک کار با ارزش است؛ یک ارزش آفرینی است (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۹/۶/۱۶). پورتر (۱۹۹۰) اظهار می‌دارد که قوه ابتکار و کارآفرینی، نقطه ثقل مزایای یک کشور هستند (پورتر، ۱۹۹۰). علاج مشکلات کشور پیمودن راه اقتصاد مقاومتی است؛ یعنی تکیه به درون. چشم را ندوزیم به دست دیگران (مقام معظم رهبری، ۹۲/۱۱/۲۸). هدف اقتصاد مقاومتی بازسازی و احیای اقتصاد ملی است. اقتصاد مقاومتی به معنای پدید آمدن وضعیتی در یک اقتصاد است که در برابر موانع و مشکلات داخلی و خارجی پایداری نموده و به رشد و پیشرفت خود در جهت اهداف غالبه‌اش ادامه دهد (قلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱). اقتصاد مقاومتی و رهنمودهای مقام معظم رهبری پیام شفاف را برای سیاست‌گذاران دارد و آن تولید مبنی بر تفکر، سرمایه و کار ایرانی بدون اتکا به درآمد منابع خام ولی متکی بر ثروت ملی برآمده از منابع خام می‌باشد (جعفری و آهنگری، ۱۳۹۱، ص ۱). در حال حاضر، حتی با پایبندی ایران به سند «برنامه جامع اقدام مشترک (برجام)» و خروج یک‌جانبه آمریکا از آن، جمهوری اسلامی ایران با بی‌سابقه‌ترین تحریم‌ها در تاریخ اقتصاد جهانی روبروست.

یکی از مؤثرترین راه کارهای رویارویی با چالش‌های کنونی، بهره‌گیری از نیروهای کارآفرین است (مبینی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۱۲۷). ذبیحی و حیدری (۱۳۹۴) در مقاله «بررسی رابطه بین کارآفرینی و توانمندسازی کارکنان در شرایط



اقتصاد مقاومتی» نتیجه گرفته‌اند یکی از راهکارها برای مقابله با چالش‌ها، توجه و گرایش به سمت کارآفرینی است. امروزه در کشورهای درحال توسعه، فعالیت‌های کارآفرین محور به عنوان ابزار کلیدی و اساسی جهت تغییر ساختار جامعه می‌باشد (اولایسون و میر، ۲۰۱۴)؛ اما این نکته پذیرفته شده است که یک ایده کارآفرین محور، در چنین جوامعی بدون در نظر گرفتن همه جوانب، محکوم به شکست است (کاررول، ۲۰۱۷، ص ۳) زیرا عوامل بسیار متعدد و متنوعی در موفقیت یا عدم موفقیت کارآفرینان تأثیرگذار هستند (پاردو و آلفونسو، ۲۰۱۷، ص ۲).

کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی؛ مهم‌ترین عاملی است که می‌تواند اقتصاد کشور را با حفظ خودکفایی به توسعه‌ای درون‌زا و برون‌نگر برساند (نوروزی، ۱۳۹۴). کارآفرینی کمک می‌کند مزیت رقابتی تقریباً پویا و پایداری به دست آید و از همین نقطه است که ارتباط آن با اقتصاد مقاومتی آشکار می‌شود چون این نوع اقتصاد نیز پافشاری زیادی روی مزیت‌های تولید داخل دارد (سلیمی و امیری، ۱۳۹۶، ص ۱۶۱). جهت‌گیری‌های کلان نظام در امر توسعه نیازمند تمرکز عمیق جهت طراحی مدل‌هایی مبتنی بر آموزه‌های دینی و بومی است. ارائه مدل‌های بومی از مفاهیم اساسی مطرح در مسائل کارآفرینی و اقتصادی یکی از ضروریات کشور است. شناسایی مؤلفه‌های خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی در راستای این اهداف است.

انجام پژوهش‌های مختلف در حوزه نوظهور کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی ضروری است. کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی برای کشوری که خواهان رشد و مزیت رقابتی بوده و به دنبال خنثی نمودن تحریم‌ها می‌باشد، بسیار ضروری است. در شرایط تحریم و تهدید کنونی؛ کارآفرینی‌دانان کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی را به عنوان یک راه کار واقعی می‌دانند. خروجی کارآفرینی، خلق ارزش است. پژوهشگران در مقالات مختلفی به بررسی کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی پرداخته‌اند؛ ضمن احترام به مؤلفین آثار، زحمات فراوان و منزلت علمی آن‌ها، در پیشینه موجود پاسخی وجود ندارد. لذا کمبود دانش در حوزه خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی وجود دارد. این مهم ضرورت شناخت و اولویت‌بندی مؤلفه‌های خلق ارزش را از اهمیت مضاعفی برخوردار نموده است و در این گذر، کمبود وجود چارچوبی نظری و واقعی برای شناسایی این عوامل به شدت احساس می‌شود؛ بنابراین دغدغه و مسئله اصلی این پژوهش، عدم شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های بُعد خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی است. پژوهش حاضر شاخص‌ها و مؤلفه‌های بُعد خلق ارزش را باهدف غایی کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی مورد مطالعه قرار داده است تا به پرسش پژوهش



مبنی بر اینکه مؤلفه‌های خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی (کارآفرینی در زمان و شرایط اقتصاد مقاومتی) کدام‌اند؟ شدت تأثیر و اولویت‌بندی آن‌ها چگونه است؟ پاسخ داده شود؛ اما چنین سؤالاتی در اینجا مطرح می‌شود: آیا خلق ارزش در این مقالات مورد بحث قرار داشته است؟ چه مؤلفه‌هایی برای خلق ارزش کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی متصور است؟ هر مؤلفه به چه میزان شدت تأثیر دارد؟ در این تحقیق ابتدا در بخش کیفی پژوهش با استفاده از روش نظریه داده بنیاد با رویکرد کلاسیک (گلizzری) مؤلفه‌های اثرگذار بر بُعد خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی احصاء گردید. به منظور دستیابی به این مؤلفه‌ها، با روش کیفی مصاحبه‌های عمیق و مفصل اکتشافی با ۲۵ نفر از خبرگان حوزه کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی انجام شد.

۲- ادبیات موضوع و پیشینه

۲-۱- مبانی نظری کارآفرینی

واژه «کارآفرینی»، اولین بار توسط ریچارد کانتیلون (۱۷۳۰م) وارد نظریه‌های اقتصادی شد که از کلمه فرانسوی «اینترپرندر» به معنای «متعهد شدن» نشأت گرفته است. این واژه در سال ۱۸۴۸ م توسط «جان استیوارت میل» به کارآفرین در زبان انگلیسی ترجمه شد (قربانی، ۱۳۹۳، ص ۳۰). شومپیتر (۱۹۵۱) کارآفرینی را ایجاد ارزش از طریق نوآوری می‌داند (شومپیتر، ۱۹۵۱؛ دراگر، ۱۹۸۵). بنیاد کارآفرینی دانمارک (۲۰۱۲)؛ کارآفرینی به مجموعه اقدام‌های مبتنی بر ایده‌ها و فرصت‌ها و تبدیل آن‌ها به ارزش‌های مالی، فرهنگی و اجتماعی اطلاق می‌شود (مبینی دهکردی، ۱۳۹۷، ص ۱۳۰). کارآفرینی در معنای رایج آن به معنای تلاشی از روی احساس تعهد است تا انسان ارزش جدیدی را ایجاد کند و ریسک‌های موجود در مسیر آن ارزش افزوده جدید را هم بپذیرد (معصومی‌نیا، ۱۳۹۷). کارآفرینی یک فرآیند است که کارآفرین با ایجاد ارزش افزوده و ثروت به وسیله کشف فرصت‌های سرمایه‌گذاری، سازمان‌دهی شرکت‌ها، تقبل خطرات و عدم اطمینان اقتصادی به رشد اقتصادی کمک می‌کند (عبدولنصیر، ۲۰۱۸). کارآفرین شخصی است که کسب و کار جدید یا سرمایه و عقیده جدید دارد و مسئول خطرات ذاتی و نتایج کسب و کار مذکور است (ناندا و سورنسن، ۲۰۰۸).

مفهوم واژه «ارزش» در زبان انگلیسی به معنی رتبه، ارزش، قدر، گرامی داشتن، اهمیت دادن و در زبان فرانسه به معنی قیمت، قدر مقدار و ارزش است. این واژه در فرهنگ لغات دهخدا اسم مصدر «ارزیدن» و دارای معانی: قدر، مرتبه، استحقاق، لیاقت، شایستگی،



زیبندگی، برازندگی و قابلیت است. ارائه تعریفی جامع و فراگیر برای ارزش نه تنها دشوار است بلکه به راحتی مقدور نیست. ارزش‌ها تصویر آینده‌اند و بیشتر فلاسفه از دوران تمدن یونان باستان به آن توجه داشته‌اند (مبینی دهکردی و ربانی، ۱۳۹۱). ارزش درواقع کمک کردن به دیگران است. ارزش تنها زمانی به وجود می‌آید که تجربه‌ای از استفاده از آن در ذهن فرد شکل بگیرد که به آن اصطلاحاً «ارزش در استفاده» می‌گویند. واژه ارزش، مفهومی مادی و اقتصادی و یکی از مباحث مهم اقتصاد نظری است و بکار گرفتن آن در امور معنوی و فرهنگی، یک کاربرد استعاری است که از حوزه اقتصادی گرفته شده است.

واژه «خلق ارزش» یا «ارزش‌آفرینی» یعنی دیدن فرصت‌ها و تبدیل آن‌ها به ارزش اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و...؛ از دیدگاه اسلام نیز ارزش‌آفرینی و فرهنگ کار یکی از فرهنگ‌های بااهمیت می‌باشد به طوری که پیامبر اسلام (ص) کار و تلاش را به مانند جهاد در راه خدا می‌دانند (میردشتی و نامنی، ۱۳۹۵، ص ۱). دنیای ارزش‌آفرینی امروز حول سه محور اساسی شکل گرفته است: «ارزش»، «نوآوری» و «ریسک» (هاشمی، ۱۳۹۴، ص ۵۲). ارزش‌آفرینی پارادایم جدید کسب و کار در شرایط رقابتی است که تحت عنوان مدیریت مبتنی بر ارزش شناخته شده است و بنگاه‌های اقتصادی را در جهت اتخاذ استراتژی مناسب برای رقابت و بقا یاری می‌کند. در فضای رقابتی کنونی ارزش‌آفرینی و مدیریت مبتنی بر ارزش، ضامن بقا، تداوم و رسیدن به اهداف غایی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی کارآفرین است (رستمی مازویی، ۱۳۹۷، ص ۱).

واژه «اقتصاد مقاومتی»، اولین بار توسط مقام معظم رهبری در شانزدهم شهریور سال ۱۳۸۹ در دیدار با کارآفرینان مطرح و وارد ادبیات اقتصادی جهان شد (قربانی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۲). اقتصاد مقاومتی یعنی آن اقتصادی که در شرایط فشار، در شرایط تحریم، در شرایط دشمنی‌ها و خصومت‌های شدید می‌تواند تعیین‌کننده رشد و شکوفایی کشور باشد (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۱/۵/۱۶). اقتصاد مقاومتی یک نظام اقتصادی است که هماهنگ با سیاست‌های کلان سیاسی و امنیتی کشور و برای مقاومت در برابر اقدامات تخریبی شکل بگیرد تا بتواند در برابر ضربات اقتصادی تحریم‌های گوناگون اقتصادی مقاومت کرده و توسعه و پیشرفت خود را ادامه دهد و روند رو به رشد همه‌جانبه خود را در ابعاد ملی، منطقه‌ای و جهانی حفظ کند (عزیزی و خضری، ۱۳۹۷، ص ۵۰). اقتصاد مقاومتی درواقع یک نظام اقتصادی است که هماهنگ با سیاست‌های کلان سیاسی و امنیتی نظام اسلامی و برای مقاومت در برابر اقدامات تخریبی شکل می‌گیرد. هدف اصلی شکل‌گیری اقدامات مرتبط با اقتصاد مقاومتی تلاش



برای ایستادگی در برابر ضربات اقتصادی تحریم‌ها و توطئه‌های گوناگون اقتصادی نظام استکبار و رشد و توسعه در ابعاد ملی، منطقه‌ای و جهانی است (ترک‌زاده و عبدشریفی، ۱۳۹۷، ص ۱۲۲). اقتصاد مقاومتی یعنی اقتصادی که توانایی پیشرفت در بحران‌ها را دارد (فخر پور و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۱۴۸).

واژه «کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی» سابقه‌ای در ادبیات عام علم کارآفرینی ندارد و معادل دقیقی نیز از آن تاکنون بکار گرفته نشده است. برای درک عمیق و شناخت این واژه باید سرمنشأ و سرچشمه زایش و پیدایش فکری آن را مطالعه کرد. اولین مرجع تاریخی برای کاوش کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی؛ علم کارآفرینی و مفهوم اقتصاد مقاومتی می‌باشد. اقتصاد، خاستگاه اولیه علم کارآفرینی است و کارآفرینان اولین مخاطبان؛ اقتصاد مقاومتی بودند. کارآفرینی؛ علم خلق و کشف فرصت‌ها برای ارزش‌آفرینی است و اقتصاد مقاومتی به دنبال ایجاد نظام اقتصادی بر اساس اقتصاد ملی-ارزشی و متکی به درون‌زایی با تاب‌آوری بالا در کشور و محرک حیاتی برای افزایش تاب‌آوری اقتصاد و دستیابی به مزیت‌های رقابتی در سطح بین‌المللی می‌باشد. حلقه کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی عوامل اصلی تشکیل‌دهنده این مفهوم را نشان می‌دهد (شکل ۱). سه عامل در این حلقه وجود دارند: کارآفرینی، اقتصاد مقاومتی، تحریم. این حلقه در صورت وجود دو عامل اصلی کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی ایجاد می‌گردد. این عناصر مجموعه یکپارچه‌ای را با هویتی جدید ایجاد می‌کنند. عامل تحریم می‌تواند وجود داشته باشد و یا نباشد. جوهره کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی به گونه‌ای است که عناصر کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی در یک راستا کار کنند. ضرورت ندارد که این دو عامل دارای وزن یکسانی باشند، ولی هر عامل نقشی را ایفا می‌کند و به صورت هم‌افزا در راستای دستاوردهای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی عمل می‌نماید.



شکل ۱- حلقه کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی



کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی پدیده‌ای نوظهور، چندوجهی و پیچیده بوده که در حال تغییر و تکوین است و یک رویکرد به نوآوری، نظریه‌پردازی و الگوسازی در عرصه‌های جدید اقتصادی است. تفاوت این نوع کارآفرینی با کارآفرینی صرف در این است که مبنای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی، مبنایی ملی-ارزشی است که شرایط تحریم و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نیز در آن تأثیرگذار هستند.

جدول ۱- مقایسه کارآفرینی و کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی

محورها	کارآفرینی	کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی
مبنای فلسفی	۱. از منظر هستی‌شناسی، هستی و کنش‌های آدمی را در حیطه محدود دنیوی محصور می‌بیند. ۲. توجه به نیازهای طبیعی ۳. برنامه‌ریزی بر مبنای هدف و نتیجه مادی ۴. ملاک ارزشیابی عمل، «حُسن انجام عمل» می‌باشد. ۵. در نظر گرفتن کارآفرینی و کسب‌وکار به عنوان فرصتی برای دستیابی به منافع فردی و مادی	۱. از منظر هستی‌شناسی، هستی و کنش‌های آدمی را در دو حیطه دنیوی و اخروی و ابعاد مادی-معنوی می‌بیند. ۲. توجه به نیازهای طبیعی و تمایلات معنوی ۳. برنامه‌ریزی بر مبنای هدف و نتیجه مادی و معنوی (با اولویت نتایج اخروی) ۴. در ارزشیابی عمل، علاوه بر حُسن انجام عمل سه جنبه «ایمان و تقوای فرد»، «نیت صادقانه» و «مطابقت عمل با قرآن و سنت» مهم می‌باشد. ۵. در نظر گرفتن کارآفرینی و کسب‌وکار به مثابه وسیله عمل به تکلیف و امانت الهی
پایه و اساس	«علم کارآفرینی» و «علم اقتصاد»	«علم کارآفرینی»، «علم اقتصاد»، شرایط و سیاست‌های «اقتصاد مقاومتی»
نظریات و مدل‌ها	وجود نظریات و مدل‌های بسیاری از اندیشمندان	عدم وجود نظریه‌ای و یا مدل مدون شفاف
تعریف مفهوم غالب	اجماع در تعریف پذیرفته شده در سطح بین‌المللی	اندیشمندان به یک تعریف جامع به اجماع نرسیده‌اند.
محدودیت‌ها	عدم محدودیت	سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، محدودیت تحریم‌ها در سطح داخلی و خارجی
شرایط حاکم	مساعد تا حدودی آسان، وجود قوانین مشخص و باثبات	نامساعد بسیار سخت و دشوار، عدم وجود قوانین مشخص و بی‌ثباتی در قوانین
دال مرکزی	توسعه اقتصادی	توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی
الگوها	مدرن، درون‌زا، برون‌زا، خارجی	درون‌زا، برون‌گرا، بومی



کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی به تولید علم و تجاری‌سازی دانش منتهی می‌شود و باعث توسعه و پیشرفت جامعه خواهد شد.

کارآفرینان پرچم‌داران اقتصاد مقاومتی هستند (قربانی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱). کارآفرینی کمک می‌کند مزیت رقابتی تقریباً پویا و پایداری به دست آید و از همین نقطه است که ارتباط آن با اقتصاد مقاومتی آشکار می‌شود چون این نوع اقتصاد نیز پافشاری زیادی روی مزیت‌های تولید داخل دارد (سلیمی و امیری، ۱۳۹۶، ص ۱۶۱). کارآفرینی یکی از مباحث و مؤلفه‌های مهم اقتصاد مقاومتی است که نقش بسزایی در استحکام آن ایفا می‌کند (پیری‌توسنلو و همکاران، ۱۳۹۵). کارآفرینان، سربازان خط مقدم در رونق اقتصادی، دفاع از حریم اقتصادی و جریان اقتصاد مقاومتی می‌باشند (گرمودی ثابت، ۱۳۹۶، ص ۴۷).

۲-۲- پیشینه پژوهش

در پژوهش‌های کیفی برخلاف رویه‌های معمول در پژوهش‌های کمی، بررسی ادبیات پژوهش صرفاً برای افزایش حساسیت نظری و تبیین مساله پژوهش است (جعفری‌راد و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۱۶۹). به دلیل ماهیت اکتشافی پژوهش کیفی، اهمیت مرور ادبیات موضوع تا حدود زیادی کاهش پیدا می‌کند. البته مرور پیشینه پژوهش در تحقیق کیفی باعث روشن شدن مرزهای تحقیق می‌گردد، هرچند پژوهشگر همواره باید ماهیت اکتشافی پژوهش را در ذهن داشته باشد (حاجی‌پور و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۶۱). امروزه تحقیقات و پژوهش‌های مربوط به کارآفرینی، اقتصاد مقاومتی به نحو چشمگیری افزایش یافته است هرچند به شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی چندان توجه نشده است. بر این اساس در این بخش نگاهی گذرا بر پژوهش‌های پیشین در این حوزه خواهیم داشت.

نتیجه شکل‌گیری کارآفرینی در سطح کلان، تأسیس شرکت‌ها و توسعه کسب‌وکارها است که پیامد نهایی آن توسعه اقتصادی، کاهش فقر و افزایش ثروت است (OECD, 2016). در چند دهه اخیر، کسب‌وکارهای کوچک و کارآفرینی، در رشد اقتصادی و اشتغال کامل کشورهای توسعه‌یافته مؤثر بوده و درواقع توانسته است موتور محرکه اقتصاد آن‌ها محسوب گردد (آدریتچ، ۲۰۰۷). کارآفرینی به دلیل تغییر ارزش‌آفرینی و توسعه جوامع بشری و ماهیت بین‌رشته‌ای آن امروزه موردتوجه قرار گرفته است (نجاریان کاخلی و ثمری، ۱۳۹۴، ص ۱). کارآفرینی و نوآوری نقش بسیار کلیدی در توسعه اقتصادی جوامع دارد. کارآفرینان بامهارتی که در تشخیص فرصت‌ها و موقعیت‌ها و ایجاد حرکت در جهت توسعه موقعیت‌ها دارند، پیشگامان حقیقی در



توسعه اقتصادی محسوب می‌شوند (خادمی و عیدی، ۱۳۹۴، ص ۱).

به‌منظور توانمندسازی افراد مستعد برای کارآفرین شدن، باید فعالیت‌های کارآفرینانه را ترویج داده، روحیه کارآفرینی را پرورش داد و درنهایت محیطی کارآفرینانه حاکم گردانید (امید، ۱۳۹۴، ص ۱). جامعه‌ای که در بستر کارآفرینی حرکت می‌کند، جامعه زنده و پویا و فعال است. از این رو به‌سادگی و آسانی می‌تواند همه مشکلات و فشارهای بیرونی و درونی را تحمل کرده و پشت سر بگذارد. جامعه کارآفرین، از آستانه تحمل بسیار بالایی برخوردار است، زیرا خطرپذیری در آن بسیار بالا و درعین حال امری طبیعی و عادی تلقی می‌شود، از این رو دارای اقتصادی مقاومتی خواهد بود که می‌تواند هم بر اقتصاد مقاومتی تأثیر گذاشته و هم از آن تأثیر پذیرد (فتاحی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱). ذبیحی و صفرمحمملو (۱۳۹۴) در مقاله «بررسی رابطه بین کارآفرینی و هوش سیاسی در شرایط اقتصاد مقاومتی» بیان داشته‌اند: کامیابی از آن جوامع و سازمان‌هایی است که بین منابع کمیاب و هوش و قابلیت‌های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود رابطه معنی‌داری برقرار سازد. به عبارتی دیگر جامعه و سازمانی می‌تواند در مسیر توسعه، حرکت روبه‌جلو و با شتابی داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم منابع انسانی خود را به دانش و مهارت کارآفرینی مولد تجهیز کند تا آن‌ها با استفاده از این توانمندی ارزشمند، سایر منابع جامعه و سازمان را به‌سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه، مدیریت و هدایت کنند (ذبیحی و صفرمحمملو، ۱۳۹۴، ص ۱).

حدادیان و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله «نقش سرمایه انسانی در پیشبرد اقتصاد مقاومتی» بیان داشته‌اند: در تعریف اقتصاد مقاومتی، محور اصلی تمرکز بر دارایی‌های داخلی خصوصاً منابع انسانی به‌عنوان نیروی استراتژیک در هر کشوری در هر مرحله از فرآیند رشد است اما در تعریف سرمایه انسانی تأکید بر سرمایه‌گذاری بر انسان جهت کسب توانایی‌هایی است که بیشترین بهره‌وری را ایجاد کنند. لذا می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که انسان و سرمایه انسانی یعنی افرادی که دارای مجموعه مهارت‌هایی هستند که نهایتاً منجر به مزیت رقابتی برای کشور می‌شوند، در اقتصاد مقاومتی نقشی پررنگ دارند (حدادیان و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱).

اگرچه کارآفرینی به‌طور مختلفی توصیف شده است اما اجماع نظر بر روی این مفهوم، خلق ارزش و توسعه فرصت از طریق نوآوری خلق شده توسط منابع سرمایه‌ای و انسانی را در بر می‌گیرد (ازدمیرسی، ۲۰۱۱). برای کارآفرینی مزایای بالقوه بسیاری از جمله خلق ارزش، مزیت رقابتی، رهبری محصول و همچنین دستیابی به مزایای اقتصادی و مالی ذکر شده است (لوک، کارینس و ورین، ۲۰۱۱؛ سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۱۲۲).



کارآفرینان در زندگی شغلی منحصر بفرد خود با به کارگیری خلاقیت، در حوزه ابهام آمیز اقتصادی-اجتماعی به دنبال خلق ثروت ناشی از نوآوری هستند (رضایی و عیوضی، ۱۳۹۴). کارآفرین خالق یک ارزش است و کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است و شامل خلق و توزیع ارزش و منابع بین افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و جامعه می‌باشد (بابایی طلائی و ذوالفقاری، ۱۳۹۴). کارآفرینی فرآیندی است که موجب ارزش آفرینی و به عنوان رگ حیات توسعه بشر مطرح است و هدف از آن نیل به رفاه، عدالت و سعادت بشر با اتکا به قوه خلاقیت، نوآوری و فکر آفرینی است (قربانی و عبدی، ۱۳۹۵).

ارزش آفرینی پارادایم جدید کسب و کار در شرایط رقابتی است که تحت عنوان مدیریت مبتنی بر ارزش شناخته شده است و بنگاه‌های اقتصادی را در جهت اتخاذ استراتژی مناسب برای رقابت و بقا یاری می‌کند. در فضای رقابتی کنونی ارزش آفرینی و مدیریت مبتنی بر ارزش، ضامن بقا، تداوم و رسیدن به اهداف غایی شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی کارآفرین است (رستمی مازویی، ۱۳۹۷، ص ۱). کارآفرینی منجر به خدمات و فرآیندهای جدید، تداوم برتری رقابتی، افزایش کارایی مالی و خلق ثروت خواهد شد (محبوبی و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۶). ارزش آفرینی معنا و مفهوم اصلی کارآفرینی است یعنی افرادی با نوآوری و قبول ریسک‌های بالا ارزش جدیدی در جامعه خلق می‌کنند (هزارخانی، ۱۳۹۷). به عقیده بسیاری از محققان خلق ارزش یک فرآیند چندمرحله‌ای و پویا و جاری در بستر زمان هست (لاجوردی و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۸۴).

جدول ۲- خلاصه‌ای از پیشینه پژوهش مرتبط با موضوع

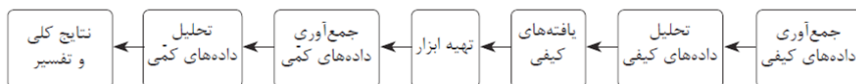
نویسندگان	اهداف	مهم ترین یافته‌ها
آزدمیرسی (۲۰۱۱)	مفهوم کارآفرینی و خلق ارزش	اگرچه کارآفرینی به طرق مختلفی توصیف شده است اما اجماع نظر بر روی این مفهوم، خلق ارزش و توسعه فرصت از طریق نوآوری خلق شده توسط منابع سرمایه‌ای و انسانی را دربرمی‌گیرد.
قربانی و همکاران (۱۳۹۴)	نقش کارآفرینان در اقتصاد مقاومتی	کارآفرینان پرچم‌داران اقتصاد مقاومتی هستند.
گرمرویدی ثابت (۱۳۹۶)	کارآفرینان در اقتصاد مقاومتی	کارآفرینی یکی از مباحث و مؤلفه‌های مهم اقتصاد مقاومتی است که نقش بسزایی در استحکام آن ایفا می‌کند.
پیری توسنلو و همکاران (۱۳۹۵)	کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی	کارآفرینی یکی از مباحث و مؤلفه‌های مهم اقتصاد مقاومتی است که نقش بسزایی در استحکام آن ایفا می‌کند.
محبوبی و همکاران (۱۳۹۵)	کارآفرینی و خلق ثروت	کارآفرینی منجر به خدمات و فرآیندهای جدید، تداوم برتری رقابتی، افزایش کارایی مالی و خلق ثروت خواهد شد (محبوبی و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۶).



تأکید و بکار بردن اقتصاد مقاومتی با کارآفرینی در اولین پیدایش این واژه نشان‌دهنده اهمیت کارآفرینی و به تبع آن خلق ارزش کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی به عنوان ارزش فی‌نفسه است. بُعد خلق ارزش یکی از ابعاد بسیار مهم و اثرگذار برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی می‌باشد. با توجه به موارد مطرح شده می‌توان گفت کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی بسیار مهم می‌باشد و شناسایی مؤلفه‌های خلق ارزش تأثیر به سزایی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی دارد ولی باین حال پژوهش‌های درخور توجهی در این حوزه انجام نشده است و ادبیات موجود از غنای کافی برخوردار نیست

۳- روش تحقیق

در پژوهش حاضر از روش آمیخته (ترکیبی) استفاده شده است. شالوده فلسفی روش ترکیبی، ریشه در تفکر عمل‌گرایی دارد که بر اساس آن تمرکز محقق باید بر مسئله و استفاده از همه رویکردهای موجود برای فهم مسئله باشد (ترک‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۱۶۳). لذا منطق کلی استفاده از روش ترکیبی در این پژوهش به این دلیل است که روش‌های کیفی و یا کمی به تنهایی پاسخگوی حل این مسئله نیست و منطق خاص استفاده از این طرح نیز زمانی است که محقق قصد تبیین یک پدیده جدید و یا آزمون یک نظریه نوظهور بر خاسته از مرحله کیفی را دارد (کرسول، ۱۳۹۲، ص ۳۵۹). همچنین اغلب از این طرح زمانی استفاده می‌شود که به دلیل نامناسب بودن ابرازهای موجود و یا عدم وجود ابزار، به ساخت ابزار نیاز باشد (کرسول، ۱۳۹۲، ص ۳۵۹). بر این اساس، به دلیل ماهیت پیچیده و جدید موضوع، تلاش گردید تا با بهره‌گیری از روش کیفی و کمی به‌طور متوالی به شناخت و درک جامع و گسترده‌ای از موضوع اقدام شود و ابعاد آن به‌خوبی بررسی و سپس کشف گردد. در این راستا، در ابتدا گردآوری و تحلیل داده‌های کیفی صورت گرفت و سپس بر مبنای نتایج کیفی، به تحلیل و گردآوری داده‌های کمی پرداخته شد و در ادامه نیز از نتایج بخش کمی برای تبیین بهتر یافته‌های کیفی استفاده به عمل آمد. گفتنی است که در پایان بخش کیفی ابزاری طراحی گردید و در بخش کمی از آن ابزار برای گردآوری داده‌های کمی استفاده شد (نمودار ۱).



نموار شماره ۱- فرایند تحقیق ترکیبی اکتشافی متوالی (اقتباس از کرسول و پلائوکلارک، ۲۰۱۱)



۳-۱- روش کیفی

روش پژوهش در این بخش «مطالعه موردی کیفی» بود. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه‌های عمیق و مفصل با خبرگان حوزه کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی بود. جامعه آماری شامل خبرگان کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی بود. با توجه به اینکه جامعه آماری این تحقیق نامشخص بود، حجم نمونه ۲۵ نفر با روش نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند قضاوتی تا رسیدن به نقطه اشباع نظری بود. خبرگان با شرایط زیر انتخاب شدند:

دارای سوابق آموزشی تدریس در حوزه‌های کارآفرینی و اقتصاد در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی؛

دارای سوابق اجرایی در حوزه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی؛
دارای سوابق تجربی در حوزه پیاده‌سازی فعالیت‌های کارآفرینی شاخص؛

پژوهش حاضر بر اساس نظریه داده بنیاد با رویکرد کلاسیک (گلنزی) که به گلنزر نسبت داده می‌شود، به‌عنوان یکی از روش‌های مطرح در پژوهش‌های کیفی انجام شد. این روش بر نوعی استقراء استوار است که به‌وسیله داده‌های منتج از پژوهش، نظریه تولید می‌کند. نظریه‌پردازی داده بنیاد، روشی پژوهشی برای علوم اجتماعی است که توسط دو جامعه‌شناس آمریکایی، بارنی گلنزر (متولد ۱۹۳۰ م.) و آنسلم استراوس (۱۹۱۶-۱۹۹۶ م.) تدوین شده است (کراسول، ۲۰۰۵، ص ۳۹۶).

رویکرد کلاسیک خود دارای سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری انتخابی و کدگذاری نظری است که مرکزیت تحلیل در پژوهش داده بنیاد کلاسیک را تشکیل می‌دهند و البته این بدین معنا نیست که این مراحل، ضرورتاً از یک توالی مطلق برخوردارند؛ بلکه در بیشتر وقت‌ها، همپوشانی و وقوع هم‌زمان آن‌ها به چشم می‌خورد و پژوهشگر دائماً در حال تغییر وضعیت بین کدگذاری باز، نوشتن یادداشت‌ها، مرتب‌سازی، کدگذاری انتخابی، کدگذاری نظری و مدل‌سازی است.

جدول ۳- روش‌شناسی پژوهش (مرحله کیفی)

فلسفه	نوع پژوهش			استراتژی پژوهش	روش و ابزار گردآوری داده‌ها	جامعه آماری	روش نمونه‌گیری	حجم نمونه
	تفسیری	کمی	کیفی					
تفسیری	تفسیری	کمی	کیفی	نظریه داده بنیاد کلاسیک	میدانی، مصاحبه عمیق	خبرگان حوزه کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی	هدفمند غیر احتمالی تا رسیدن به نقطه اشباع نظری	۲۵ نفر



۳-۲- روش کمی

روش پژوهش در این بخش «روش توصیفی از نوع پیمایشی» بود. در مرحله کمی؛ ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخت یافته بود. بدین منظور پرسشنامه «کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی» که از کدهای استخراج شده بخش کیفی تهیه شده بود با ۶۲ گویه پنج درجه در مقیاس لیکرت و با تأیید متخصصان، در دو حالت چاپی و الکترونیکی تدوین شد. البته قبل از تهیه ابزار نهایی، اعتبار چارچوب به‌دست آمده در بخش کیفی توسط ۳۰ نفر از متخصصان به‌وسیله روایی صوری سنجیده شد. برای ساخت پرسشنامه الکترونیکی و جمع‌آوری داده‌های آن از نرم‌افزار Google Docs استفاده شد. با توجه به اینکه جامعه آماری این تحقیق نامشخص بودند، بر اساس فرمول کوکران حداکثر ۳۸۴ در نظر گرفته شد و نمونه آماری تحقیق ۳۸۴ نفر از خبرگان کارآفرینان و فعالان اقتصادی کشور بود. خبرگان با شرایط زیر انتخاب شدند:

فعالیت در شرکت‌ها و یا کسب‌وکارهای کارآفرینانه، نوآور، دانش‌بنیان، استارت‌آپ و یا مجازی؛

عضویت و فعالیت در سازمان ملی کارآفرینی ایران؛

دانشجو و یا فارغ‌التحصیل رشته کارآفرینی در مقاطع کارشناسی‌ارشد و دکترای تخصصی شاغل در فعالیت‌های کارآفرینانه؛

فعالیت در شرکت‌ها و کسب‌وکارهایی که در میزان بالایی با تحریم‌ها در ارتباط هستند؛

تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای SPSS و Smart PLS انجام شد.

جدول ۴- روش‌شناسی پژوهش (مرحله کمی)

فلسفه	نوع پژوهش			استراتژی پژوهش	روش و ابزار گردآوری داده‌ها	جامعه آماری	روش نمونه‌گیری	حجم نمونه
	کمی	کیفی	ترکیبی					
تفسیری	کمی	اکتشافی	ترکیبی	معادلات ساختاری	میدانی، پرسشنامه منتج از مصاحبه‌ها	خبرگان	احتمال‌وند با توجه به ویژگی‌های گروه خبره بر اساس جامعه آماری نامعین (فرمول کوکران)	۳۸۴ نفر



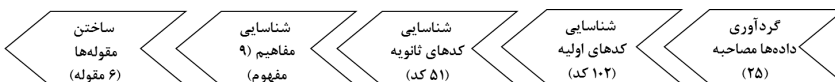
۳-۳-۳ روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

۳-۳-۳-۱ مرحله کیفی

کدگذاری، فرآیندی تحلیلی است که طی آن داده‌ها خردشده، مفهوم‌سازی و یکپارچه‌سازی می‌شوند تا نظریه را شکل دهند (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸). با توجه به تناسب پژوهش حاضر که هدف نهایی آن، ارائه مدلی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی، بدون داشتن پیش‌فرض است، در کدگذاری از روش‌شناسی گلیزر استفاده شده است که در مقایسه با روش‌شناسی استراوس و کوربین (۱۹۹۸)، اجازه می‌دهد تا موضوعات تحقیق به‌طور طبیعی در فرایند پژوهش پدیدار شوند، به‌جای آنکه از ابتدا و پیش از شروع پژوهش، پدیده یا مسئله خاصی مدنظر قرار گیرد (دوگلاس، ۲۰۰۳؛ صبحیه و ردایی، ۱۳۹۴). در این روش‌شناسی، داده با طی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری انتخابی و کدگذاری نظری؛ مفهوم‌سازی شده و در نهایت، مدل نظری حاصل می‌شود که ریشه در داده‌ها دارد (جونس و الونی، ۲۰۱۱).

۱. کدگذاری باز

در این مرحله، بر اساس روش مرسوم در نظریه داده بنیاد، به هر یک از اجزاء، عنوان و برجستگی داده می‌شود. این عنوان که اصطلاحاً به آن «کد» گفته می‌شود، باید گویای محتوای داده باشد، به‌طوری که محقق و خواننده با مشاهده این عنوان و تیترا تا حدود زیادی به مفهوم جملات پی ببرند (میلز و هوبرمن، ۲۰۰، ص ۵۱؛ مهرابی و همکاران، ۱۳۹۰). کدگذاری باز، فرآیند تحلیلی است که از طریق آن، مفاهیم شناسایی شده و ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها در داده‌ها کشف می‌شوند (لی، ۲۰۰۱، ص ۴۹). کدگذاری در این مرحله باز نامیده می‌شود، زیرا نام‌گذاری مفاهیم و مقوله‌ها به صورت ذهنی و بدون هیچ محدودیتی انجام می‌شود (گولدینگ، ۲۰۰۲). کدگذاری باز تا زمانی ادامه پیدا می‌کند که اثرات ظهور «مقوله محوری»، نمودار شود تا بدین ترتیب در مرحله بعدی، یعنی کدگذاری انتخابی، کدگذاری بر اساس این مقوله هدایت شود. «مقوله محوری»، مفهومی است که توضیح می‌دهد چگونه مشارکت کنندگان، دغدغه اصلی خود را در رابطه با مسائلی که محقق مطرح می‌نمایند، حل می‌کنند (گلیزر، ۱۹۷۸). محقق برای کدگذاری باز باید به‌صورت آگاهانه به جستجوی متغیر محوری بپردازد و از «حساسیت نظری» در این مرحله برخوردار باشد (ساغروانی و همکاران، ۱۳۹۲).



شکل ۲- خلاصه کدگذاری باز (طرح پژوهش)



۲. کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی با ظهور «مقوله‌محوری» در مرحله کدگذاری باز، آغاز می‌شود، به‌طوری‌که در این مرحله، کدگذاری‌ها حول این مقوله صورت می‌گیرد (ساغروانی و همکاران، ۱۳۹۲). با مقایسه مفاهیم مختلف می‌توان زمینه‌های مشترک بیشتری را میان آن‌ها کشف کرد که امکان طبقه‌بندی مفاهیم مشابه در قالب طبقه‌بندی‌های یکسان را فراهم خواهد ساخت. پدیدآورندگان این نظریه، نام این فرایند مقایسه مستمر مفاهیم با یکدیگر را «روش مقایسه پایدار» یا «روش تطبیق مداوم» نامیده‌اند (سلدن، ۲۰۰۵، ص ۱۹). با استفاده از تکنیک مقایسه پایدار، زمینه ظهور ابعاد مشترک که همان کدگذاری انتخابی است، امکان‌پذیر گردید. کدهای باز در مرحله کدگذاری انتخابی بر اساس مباحث اصلی نظریه، در دسته موضوعات بزرگ‌تر گروه‌بندی می‌شوند (محمدی و همکاران، ۱۳۹۵). محقق ضمن اخذ یافته‌های مرحله کدگذاری باز، مقوله محوری را انتخاب کرده، مقوله‌ها را به هم ارتباط داده و مقوله‌هایی را که به توسعه بیشتر نیاز دارند، تکمیل می‌کند (بهادری، ۱۳۹۷). مقوله محوری و اساسی در اندیشه و تفکرات خبرگان پیرامون کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی مبتنی بر «کارآفرین و کارآفرینی تاب‌آور» بود.

جدول ۵- جزئیات کدگذاری‌ها در مرحله کدگذاری انتخابی

مغیر وابسته	تجزیه	مؤلفه‌ها	مقوله‌ها	مفاهیم	فراوانی تکرار	نمونه منبع کد
مؤلفه‌های خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی	خلق ثروت	ایجاد بنگاه جدید	کسب و کار جدید	ایجاد بنگاه	۱۳	P1,p2,p3,p6,p7
				ایجاد شغل	۱۴	P1,p3,p5,p6,p7,p8
		خلق ثروت	ایجاد ثروت	ایجاد ارزش	۱۲	P2,p3,p4,p6,p9
			مولد	خلق ثروت	۱۷	P1,p2,p4,p5,p7,p8,p9
	توسعه کسب و کارها	کسب و کارها	ماندگاری	دوام و بقای کسب و کارها	۱۵	P1,p5,p7,p8,p12
			گسترش کسب و کارها	گسترش کسب و کارها	۱۴	P2,p3,p4,p5,p9
	دست‌آورد جدید	تکنولوژی نوآورانه	تکنولوژی	کشف تکنولوژی	۱۲	P2,p3,p8,p9,p10
				دست‌آورد جدید فناوریانه	۱۱	P1,p3,p4,p6,p7
		محصول جدید		کالا یا خدمات جدید	۱۱	P3,p4,p5,p6,p8,p9

*منبع: تحقیقات پژوهش



۳. کدگذاری نظری (روایت نظری)

کدگذاری نظری بر اساس نتایج کدگذاری در دو مرحله قبلی و مرحله اصلی نظریه پردازی است. این مرحله از کدگذاری به ما اجازه می‌دهد تا به تفکر درباره مقوله‌ها که ممکن است به حوزه وسیعی از احتمالات ذهنی بیانجامد، نزدیک شویم و به صورت تحلیلی به پیوند ممکن بین مقوله‌ها، بیاندهشیم (گلنزر و هلتن، ۲۰۰۵؛ طالاری و همکاران، ۱۳۹۵).

هدف از پژوهش حاضر در مرحله کیفی، شناسایی و تبیین مؤلفه‌های بُعد خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی بود. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که یکی از ابعاد مهم برای «کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی»، بُعد «خلق ارزش» است که دارای مؤلفه‌های: ۱. ایجاد بنگاه جدید (کسب و کار جدید)، ۲. خلق ثروت (ایجاد ثروت مولد)، ۳. توسعه کسب و کارها (ماندگاری کسب و کارها، گسترش کسب و کارها)، ۴. دستاورد جدید (تکنولوژی نوآورانه، محصول جدید)؛ می‌باشد.

۳-۳-۲- برازش پژوهش

برای بررسی روایی و پایایی پژوهش به شرح زیر بهره گرفته شد.

۱- مشارکتی بودن پژوهش: همان گونه که ذکر شد در فرایند پژوهش، رویکردی رفت و برگشتی غالب بود و از نظرات و دیدگاه‌های مشارکت کنندگان در مراحل مختلف تحلیل استفاده شد.

۲- بررسی همکار: پس از پایان فرایند تحلیل، از پنج نفر از صاحب نظران دانشگاهی و پژوهشگران حوزه کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی درخواست شد که مؤلفه‌ها را بررسی کنند. این مؤلفه‌ها توسط هر پنج نفر تأیید شد.

۳-۳-۳- مرحله کمی تجزیه و تحلیل داده‌ها

جهت تهیه ابزار در ابتدا روایی صوری ابزار تهیه شده سنجیده شد. در این راستا به منظور جمع‌آوری داده‌های مربوط به بررسی صوری، از ابزاری که بر اساس چارچوب کیفی طراحی شده بود، استفاده گردید و از ۳۰ نفر از متخصصان خواسته شد تا نظر خود را بر روی یک مقیاس پنج درجه‌ای مشخص کنند. نتایج حاکی از تأیید روایی صوری ابزار مذکور بود. همچنین به منظور تهیه نسخه نهایی ابزار، ابزاری با ۶۲ گویه تهیه شد و با استفاده از تحلیل عاملی اعتباریابی گردید. بر این اساس، در مرحله اول برای انجام تحلیل ۳۰ پرسشنامه به خبرگان داده شد. بار عاملی گویه‌های پرسشنامه محقق ساخته توسط نرم‌افزار SPSS محاسبه شد. کلیه بارهای عاملی از ۰/۵ بزرگ‌تر بودند و بنابراین گویه‌های پرسشنامه تأیید شدند. نتایج حاصل از تحلیل که در نمونه ۳۰ نفره انجام شد، نشان داد که کلیه گویه‌ها از روایی مطلوبی برخوردارند. لذا ۶۲ گویه تأیید شد. به علاوه،



در این مرحله برای تعیین پایایی نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که ضرایب به‌دست‌آمده حکایت از پایایی قابل‌قبول ابزار دارد (ضریب آلفای کرونباخ = ۰/۹۸). معمولاً آلفای کرونباخ بین ۰/۷ تا ۰/۸ قابل‌قبول و بالاتر از ۰/۸ نشان‌دهنده پایایی بالا می‌باشد. بدیهی است هرچه این عدد به یک نزدیک‌تر باشد بهتر است.

پرسشنامه تأییدشده جهت تکمیل به دو صورت چاپی و الکترونیکی در اختیار خبرگان قرار داده شد و درنهایت ۳۸۴ پرسشنامه تکمیل‌شده دریافت گردید.

۳-۳-۱- تحلیل عاملی تأییدی

داده‌های حاصل از پرسشنامه با روش تحلیل عاملی تأییدی مورد تحلیل قرار گرفتند. در این پژوهش تحلیل عاملی تأییدی برای تأیید مؤلفه‌ها انجام شد و به دنبال پاسخ به سؤالات زیر بودیم: ۱. آیا پرسشنامه مذکور از قابلیت اعتبار سازه بالایی برخوردار بوده؟ و ابعاد موردنظر سنجیده خواهند شد؟ در تحلیل عاملی تأییدی، ابتدا باید از این مساله اطمینان یافت که «می‌توان داده‌های موجود را برای تحلیل به کار برد». بدین منظور از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده شده است.

جدول ۶- نتایج شاخص KMO و آزمون بارتلت

پیش‌فرض	مقادیر مشاهده‌شده	ملاک	نتیجه
شاخص KMO جهت مناسب بودن اندازه نمونه	۰/۹۳۳	بیش از ۰/۷۰	تأیید
آزمون بارتلت جهت درست بودن تفکیک عامل‌ها	مقدار خی دو	-	-
	درجه آزادی	-	-
	سطح معناداری (p)	کمتر از ۰/۰۵	تأیید

با توجه به جدول فوق می‌توان نتیجه گرفت که انجام تحلیل عاملی تأییدی بر روی این پرسشنامه قابل توجیه است. خروجی تحلیل عاملی تأییدی نشان داد که همه میزان اشتراک‌های استخراجی بالاتر از ۵۰ درصد بود و بیانگر توانایی عامل‌های تعیین‌شده در تبیین واریانس متغیرهای مورد مطالعه است.

۳-۳-۲- مدلیابی معادلات ساختاری

مدل‌سازی معادلات ساختاری از سه بخش مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و برازش کلی مدل تشکیل شده است و متغیرهای مدل به دو دسته متغیرهای پنهان و آشکار تقسیم می‌شوند. ارزیابی مدلیابی معادلات ساختاری در سه بخش: ۱. ارزیابی بخش مدل اندازه‌گیری؛ ۲. ارزیابی بخش مدل ساختاری؛ ۳. ارزیابی کلی مدل، انجام شد و همه موارد، تأیید شدند.



پایایی و روایی تحقیق: اعتبار و سازگاری درونی سازه‌های تحقیق، با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی محاسبه شد. برای سنجش بهتر پایایی، هر دو معیار پیش گفته استفاده شد.

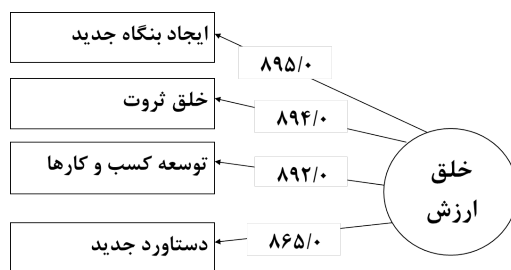
جدول ۷- پایایی و روایی پرسشنامه

AVE	Composite Reliability=CR	Reliability Statistics		شماره	متغیرها
		ضریب آلفای کرونباخ	تعداد گویه		
---	---	۰/۹۶۸	۶۲	۶۲-۱	کل پرسشنامه
۰/۷۸	۰/۹۱۵	۰/۸۵۸			خلق ارزش

برای تأیید روایی همگرا باید ۳ قاعده زیر برقرار باشند: AVE بزرگ‌تر از ۰/۵، CR بزرگ‌تر از ۰/۷ و AVE (غفوریان شاگردی و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۶۷). با توجه به برقرار بودن همه موارد با این شرایط روایی همگرایی پژوهش تأیید می‌گردد. روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر (یعنی مربع مقدار ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) در مدل باشد (عبدی و هاشمی، ۱۳۹۵، ص ۹). یافته‌های مربوط به واگرا یا اعتبار تشخیصی که توانایی مدل را در میزان افتراق متغیرهای پنهان می‌سنجد حاکی از تأیید روایی واگرا بود. روایی واگرای پژوهش به روش «فورنل و لارکر» برای این بُعد برابر ۰/۸۸ بود.

۳-۳-۳-۳- تفسیر مدل ساختاری

برای به دست آوردن شدت تأثیر هر مؤلفه با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. برای به دست آوردن شدت تأثیر هر مؤلفه بر بُعد از خروجی الگوریتم در نرم‌افزار Smart PLS استفاده گردید. شدت تأثیر بین ۰ تا ۱ قرار دارد و هر چه به ۱ نزدیک‌تر باشد قوی‌تر است (حق‌شناس کاشانی، ۱۳۹۸، ص ۴۰).



شکل ۳- شدت تأثیر هر مؤلفه در حالت خروجی الگوریتم در نرم‌افزار Smart PLS



۴- یافته‌های تحقیق

پرسش‌های پژوهش این بود که: ۱. مؤلفه‌های خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی (کارآفرینی در زمان و شرایط اقتصاد مقاومتی) کدام‌اند؟ ۲. شدت تأثیر و اولویت‌بندی آن‌ها چگونه است؟ که یافته‌ها مطابق جدول زیر می‌باشد:

در مرحله کمی، از نتایج مرحله کیفی پرسشنامه تهیه گردید. جهت بررسی روایی سازه طراحی شده در گام اول از تحلیل گویه استفاده شد و در گام بعد تحلیل عاملی انجام شد که نتایج بیانگر مناسب و برازنده بودن بود. همچنین، یافته‌ها حاکی از آن بود که پرسشنامه تدوین شده از همسانی درونی (ضریب آلفا) مطلوبی برخوردار است و از قابلیت تکرارپذیری برای انجام پژوهش‌های میدانی در این زمینه برخوردار است. در گام بعد، پرسشنامه محقق‌ساخت یافته توسط ۳۸۴ نفر از خبرگان تکمیل و درنهایت شدت تأثیر هر مؤلفه با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری محاسبه و اولویت آن مشخص گردید.

جدول ۸- نتایج میزان شدت تأثیر و رتبه اولویت‌بندی مؤلفه‌های بُعد خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی

یافته‌های مرحله کیفی	مؤلفه	ایجاد بنگاه جدید	خلق ثروت	توسعه کسب‌وکارها	دست‌آورد جدید
یافته‌های مرحله کمی	شدت تأثیر	۰/۸۹۵	۰/۸۹۴	۰/۸۹۲	۰/۸۶۵
	اولویت‌بندی براساس میزان شدت تأثیر	۱	۲	۳	۴

منبع: تحقیقات پژوهش

نتایج پژوهش نشان داد مؤلفه‌های بُعد خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی شامل چهار مؤلفه فوق و با شدت تأثیر گفته‌شده، به شرح زیر می‌باشند:

۱. ایجاد بنگاه جدید: بهره‌گیری از مزایای داخلی اقتصاد مقاومتی، زمینه‌ساز ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه خواهد بود. کارآفرینی در چنین شرایطی بیشتر خود را نشان خواهد داد. بهره‌گیری کارآفرینان از این فرصت‌ها و توانایی خود باعث ایجاد بنگاه‌های جدید کارآفرینانه در اقتصاد مقاومتی خواهد شد. با وجود مشکلات عدیده و امکان ورشکستگی در کسب‌وکارهای کارآفرینانه، افراد تمایل دارند برای خود کار کنند و بنگاه‌های کارآفرینانه در حال رشدند. ایجاد بنگاه جدید کارآفرینانه از جنبه‌های مختلف دارای مزیت‌اند که به برخی از این موارد اشاره می‌شود: استقلال، فرصت‌های مالی، خدمت اجتماعی، امنیت شغلی، اشتغال خانوادگی، ایجاد چالش و ...



۲. خلق ثروت: ثروت، به کلیه مواد و اشیایی اطلاق می‌شود که حاجت‌های بشر را رفع می‌نمایند. کارآفرینی خلق یک ارزش جدید در راستای ثروت آفرینی است به عبارتی کارآفرینی یعنی خلق ثروت و خلق ارزش افزوده. آنچه از آیات و روایات و نظریات اقتصادی فهمیده می‌شود، اینکه جمع کردن مال و ثروت و هر روز بر آن افزودن، مورد قبول هیچ کدام از دو نظریه اقتصاد اسلامی و اقتصاد غربی نیست؛ بلکه باید از راه صحیح، درآمد کسب نمود، به اندازه کفاف، مصرف کرد و مازاد آن را بعد از ادای حقوق آن، در مسیر سرمایه‌گذاری و یا کمک کردن به نیازمندان خرج نمود که البته راه اول در بسیاری از موارد و شرایط، صحیح‌تر به نظر می‌رسد؛ چون هم تولید را افزایش می‌دهد، هم بیکاری را کم می‌کند و هم انگیزه تولید کالاهای دیگر را فزونی می‌بخشد. درواقع خلق ثروت برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی باهدف به جریان انداختن سرمایه در راه فعالیت‌های کارآفرینانه است که هم فایده شخصی و هم فایده اجتماعی دارد که دارای «فایده نهایی اجتماعی» می‌باشد.

۳. توسعه کسب و کارها: توسعه کسب و کار به مفهوم جذب منابع درآمدی و رشد بیشتر است. توسعه کسب و کار برای هر نوع کسب و کاری از جمله کسب و کارهای کارآفرینانه امری حیاتی است. کارآفرین در برنامه توسعه کسب و کار خود پیوسته به دنبال تعریف همکاری‌های جدید با سایر کارآفرینان سازمان‌هاست. همکاری‌هایی که برای هر دو طرف ایجاد مزیت کند.

۴. دستاورد جدید: دستاورد به مفهوم؛ نتیجه، نتیجه عمل، برآیند کار یا فکر، خواسته‌ای که محقق شده باشد می‌باشد. دستاورد در مفهوم می‌تواند یک دانش جدید یا یک اختراع جدید باشد. فناوری (تکنولوژی) به معنای انواع فعالیت‌ها، تجهیزات و مواد اولیه و دانش مورد نیاز برای انجام کارهاست (طهماسبی، ۱۳۹۴). دستاورد جدید برای خلق ارزش می‌تواند یک محصول جدید و یا یک تکنولوژی جدید باشد.

۵- بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۵-۱- بحث

ماهیت و محتوای مدل کارآفرینی باید با خود خلق ارزش را به همراه داشته باشد. خلق ارزش از دیرباز از جمله مقولات مورد توجه کارآفرینان بوده است. یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های اولیه هر انسان کارآفرینی؛ خلق، ارائه و حفظ ارزش است. هدف از این پژوهش شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی بود. ضمن احترام به مؤلفین آثار، زحمات فراوان و منزلت علمی آن‌ها بررسی پیشینه



پژوهش نشان داد تاکنون پژوهشی در حوزه کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی با رویکرد شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های خلق ارزش صورت نپذیرفته است؛ لذا این مقاله به دنبال شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی بود تا به کارآفرینان، سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران کمک شایانی کند.

نتایج پژوهش با یافته‌های پژوهش‌های: بابایی طلاتپه و ذوالفقاری (۱۳۹۴)، سلیمانی و همکاران (۱۳۹۶)، رستمی مازویی (۱۳۹۷)، عبدالنصیر (۲۰۱۸) همسو می‌باشد.

در شناسایی مؤلفه‌های خلق ارزش برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی، آنچه پژوهش حاضر را از سایرین متمایز می‌سازد: ۱. توجه توأمان به علم کارآفرینی، اقتصاد مقاومتی و اقتضانات کشور ایران است که بر تمامی مؤلفه‌ها تأثیرگذار است ۲. مجموعه مؤلفه‌هایی که خروجی یک فعالیت کارآفرینانه باید داشته باشد تا برای نظام اقتصاد مقاومتی مفید و مثمر باشد را در بستر حقیقی نشان داده است. ۳. اولویت‌بندی و تعیین شدت تأثیر هر مؤلفه؛ می‌باشد. البته این پژوهش با محدودیت‌هایی نیز روبرو بود که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: ۱. فقر پیشینه مطالعات و تحقیقات انجام‌شده در کشور ۲. انتخاب افراد برای مصاحبه، دشواری‌های خاص خود را داشت؛ زیرا نیازمند استفاده از نظرات و تاییدات خبرگانی بودیم که هم با مفهوم کارآفرینی آشنا باشند و هم ویژگی‌های اقتصاد مقاومتی را بشناسند.

۵-۲- نتیجه‌گیری

نتایج و یافته‌های حاصل از بخش کیفی پژوهش نشان داد که بُعد خلق ارزش شامل چهار مؤلفه: ۱. ایجاد بنگاه جدید، ۲. خلق ثروت، ۳. توسعه کسب و کارها، ۴. دستاورد جدید؛ است که هر یک از آن‌ها نیز از شاخص‌های مختلفی جهت ایجاد شناخت بیشتر این مؤلفه‌ها تشکیل شده است.

کارآفرینی ایجاد یک ارزش جدید در راستای ثروت آفرینی است و این ثروت محدود به شخص کارآفرین نمی‌شود، بلکه جامعه را نیز ثروتمند می‌کند. کارآفرینی تخریب خلاق و فرآیندی برای ارزش آفرینی و بستری برای رشد و تعالی جامعه انسانی می‌باشد. به عنوان نتیجه کلی می‌توان بیان داشت که هدف غایی کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی، خلق ارزش برای کارآفرین و جامعه به صورت توأمان است و خلق کردن (یک چیز ارزشمند) رضایت‌بخش‌ترین دستاورد ممکن کارآفرینی است.

کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی را می‌توان به عنوان یک کارآفرینی یا توسعه کارآفرینی مبتنی بر توسعه پایدار و آگاهی از اقتصاد محلی (سازگار با بوم) تحت شرایط و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی تعریف کرد که منجر به ارزش افزوده می‌گردد. کارآفرینی در اقتصاد



مقاومتی در مفهوم کلان آن؛ در کنار سایر رویکردهای کارآفرینی یک رویکرد جدید در کارآفرینی است که می‌توانیم با مفصل‌بندی درست مبانی، ابعاد، مؤلفه‌ها و کاربرست شایسته آن به مثابه رویکردی نظری در بحث توسعه آن را مطرح نماییم.

کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی به معنای فرآیند خلاقیت و نوآوری در راستای کشف/ایجاد فرصت‌های جدید جهت خلق ارزش با خطرپذیری بالا در منابع به‌طوری که در برابر دست‌کاری‌ها و دخالت‌های خارجی و مشکلات داخلی (تحریم‌های داخلی و خارجی) تاب بیاورد و به کمک کاهش وابستگی‌ها و تأکید بر مزیت‌ها و ویژگی‌های داخلی و با تاب‌آوری و توسل به معنویت بتواند آن مشکلات را حل کند.

این پژوهش زمینه‌ای برای مطالعات تکمیلی را فراهم نموده است که هر یک از آن‌ها به ارتقاء دانش کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی کمک خواهند نمود. بر این اساس پیشنهادهای زیر ارائه می‌شوند: با توجه به یافته‌های این پژوهش، باید راهکار کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی در دستور کار قرار گیرد. برای بهبود و تحقق فرآیند کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی، به مقوله «خلق ارزش» با مؤلفه‌هایی که برشمرده شد در فرایند کارآفرینی همت گمارده شود و هر فعالیت کسب‌وکاری را فعالیت کارآفرینانه ننماییم مگر اینکه خروجی آن شامل حداقل یکی از مؤلفه‌های خلق ارزش باشد تا برای جامعه ارزش‌آفرینی داشته باشد؛ و در این مقوله باید به سرمایه انسانی و افراد کارآفرین برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی اهمیت زیادی قائل شد. برخی محققان (مثل حدادیان و همکاران، ۱۳۹۴) معتقدند: انسان و سرمایه انسانی یعنی افرادی که دارای مجموعه مهارت‌هایی هستند که نهایتاً منجر به مزیت رقابتی برای کشور می‌شوند، در اقتصاد مقاومتی نقشی پررنگ دارند. ذبیحی و صفرمحمدلو (۱۳۹۴) معتقدند: جامعه و سازمانی می‌تواند در مسیر توسعه، حرکت روبه‌جلو و با شتابی داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم منابع انسانی خود را به دانش و مهارت کارآفرینی مولد تجهیز کند تا آن‌ها با استفاده از این توانمندی ارزشمند، سایر منابع جامعه و سازمان را به‌سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه، مدیریت و هدایت کنند.

۵-۳- پیشنهادها

پیشنهاد می‌شود:

- مجموعه حاکمیتی نظام اسلامی، به‌طور کلی و هر یک از قوا و سازمان‌های مرتبط، به‌طور ویژه، در سیاست‌های کلان خود به مؤلفه‌های به‌دست‌آمده (ایجاد بنگاه جدید، خلق ثروت، توسعه کسب‌وکارها، دستاورد جدید) توجه ویژه داشته باشند و کارآفرینی به‌گونه‌ای واقعی در اقتصاد مقاومتی کشور پیاده‌سازی شود.



- برای بهبود و تحقق فرآیند کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی، به مقوله «خلق ارزش» با مؤلفه‌هایی که برشمرده شد در فرایند کارآفرینی همت گمارده شود؛ و هر فعالیتی را فعالیت کارآفرینانه ننماییم مگر اینکه خروجی آن شامل حداقل یکی از مؤلفه‌های خلق ارزش باشد تا برای جامعه ارزش‌آفرینی داشته باشد.
- خلق ارزش را برای همه فعالیت‌های کارآفرینانه در نظر داشته باشیم تا با خلق ارزش بتوانیم کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی را به مفهوم واقعی در کشور فعال کنیم.
- سازمان‌های مرتبط با کارآفرینی، طرح‌هایی از کسب‌وکارها را کارآفرینانه تلقی نمایند و به آن‌ها بپردازند که خروجی آن‌ها هم‌راستا با مؤلفه‌های به‌دست‌آمده این پژوهش باشد.

۶- منابع

۶-۱- منابع فارسی

الف) مقاله‌ها

۱. امید محمد (۱۳۹۴)، کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی، اولین همایش ملی اقتصاد مقاومتی دانش‌بنیان
۲. بابایی طلا تپه محمدباقر، عاطفه ذوالفقاری (۱۳۹۴)، خلق ارزش در کارآفرینی از منظر اسلام، کنگره بین‌المللی مدیریت، اقتصاد و توسعه کسب‌وکار، تبریز،
۳. بهادری علی (۱۳۹۷)، پژوهش کیفی داده بنیاد «کدگذاری» و اهمیت، مراحل و شیوه اجرای آن در کارورزی دانشگاه فرهنگیان، دوفصلنامه راهبردهای نوین تربیت معلمان، سال چهارم، شماره ۵، بهار و تابستان ۱۳۹۷، ۸۸-۹۶
۴. ترک‌زاده جعفر، فاطمه عبدشریفی (۱۳۹۷)، بافت‌نگاری اقتصاد مقاومتی به مثابه یک نظام رفتاری، دوفصلنامه علمی پژوهشی مطالعات اقتصاد اسلامی، سال یازدهم، شماره اول، پیاپی ۲۱، پاییز و زمستان ۱۳۹۷، صص ۱۱۳-۱۴۰
۵. جعفری انوش، مریم آهنگری (۱۳۹۱)، استراتژی اقتصاد مقاومتی، همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی، رشت، دانشگاه گیلان
۶. جعفری‌راد علی، عادل زاهدبابلان، مسعود مرادی، عیسی ثمری (۱۳۹۷)، طراحی الگوی مفهومی توسعه شایستگی مدیران مدارس متوسطه، نظریه‌ای داده بنیاد، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی، دوره هفتم، شماره ۴، بهار ۹۸، صص ۱۸۸-۱۶۳



۷. حاجی پور بهمن، شهریار عزیزی، منیژه قره‌چه، مصطفی محمدی (۱۳۹۶)، الگوی مبنایی تخصیص بهینه منابع بازاریابی: رویکرد داده بنیاد، پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۷، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۶
۸. حدادیان علیرضا، لیلی طباحیان، حمید بحرپور (۱۳۹۴)، نقش سرمایه انسانی در پیشبرد اقتصاد مقاومتی، اولین کنفرانس ملی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی، مشهد، انجمن مدیریت ایران واحد خراسان
۹. حق شناس کاشانی فریده (۱۳۹۸)، جزوه تحلیل آماری، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، بهار ۱۳۹۸
۱۰. خادمی علیرضا، مهدی عیدی (۱۳۹۴)، نوآوری، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، اولین کنفرانس ملی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی، مشهد، انجمن مدیریت ایران واحد خراسان
۱۱. خامنه‌ای سیدعلی (۱۳۹۲)، ابلاغ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، ۲۹/بهمن/۱۳۹۲
۱۲. دانایی فرد حسن، سید مجتبی امامی (۱۳۸۶)، استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه پردازی داده بنیاد، اندیشه مدیریت، سال اول، شماره دوم- پاییز و زمستان ۱۳۸۶، صص ۶۹-۹۷
۱۳. رستمی مازویی نعمت (۱۳۹۷)، تبیین نقش حسابداری مدیریت در فرآیندهای کارآفرینی با تأکید بر مفهوم ارزش آفرینی، اولین همایش ملی کارآفرینی، چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس
۱۴. ساغروانی سیما، سعید مرتضوی، محمد لکزیان، فریبرز رحیم‌نیا (۱۳۹۲)، فهم زوایای نوینی از سازه «ظرفیت مازاد سازمانی»، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال هشتم، شماره ۳۲، زمستان ۱۳۹۲
۱۵. سلیمانی مریم، اله مولایی، مژگان حمیدی بیناباج (۱۳۹۶)، عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در راستای اقتصاد مقاومتی، فصلنامه رهیافت انقلاب اسلامی، سال یازدهم، شماره ۴۰، پاییز ۱۳۹۶، صفحه ۱۲۱ تا ۱۴۴
۱۶. سلیمی قاسم، مهدی امیری (۱۳۹۶)، مفهوم پردازی و تبیین سهم کارآفرینی استراتژیک و مدیریت دانشگاهی در تحقق اقتصاد مقاومتی، دو فصلنامه پژوهش‌های اقتصاد مقاومتی، سال اول، شماره ۲
۱۷. صبیحه محمدحسین، امیر ردایی (۱۳۹۴)، وضعیت تحقق اهداف و برنامه‌های طرح مسکن مهر در بخش انبوه‌سازی پروژه یازده هزار واحدی مسکن مهرماه‌دشت، فصلنامه علمی-پژوهشی مرکز پژوهشی هنر معماری و شهرسازی نظر، شماره ۳۳، سال ۱۲، تابستان ۱۳۹۴



۱۸. علوی‌فر سید امیرحسین، عباس اسدروز (۱۳۹۵)، ارزیابی ریسک تهدیدات اقتصادی به‌منظور طراحی راهبردهای اقتصاد مقاومتی مقابله، فصلنامه علمی باور، سال سوم، شماره سوم، آبان ۱۳۹۵
۱۹. عبدی فرشید، پویان هاشمی (۱۳۹۵)، ساختار علیت متغیرهای رضایت کارکنان و اخلاق حرفه‌ای بر وفاداری مشتری مطالعه موردی کارخانه آرد ستاره کردان، دومین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران، تهران، ۲۵ آذرماه ۱۳۹۵
۲۰. عزیزی محسن، خضری محمد (۱۳۹۷)، ارتقای بُعد اقتصادی امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر نظریه اقتصاد مقاومتی رهبر معظم انقلاب (مطالعه موردی نقش راهبردی مرزبان اقتصادی کشور)، فصلنامه علمی پژوهشی رهیافت انقلاب اسلامی، سال دوازدهم، شماره ۴۴، پاییز ۱۳۹۷، صفحه ۴۳ تا ۶۰
۲۱. غفوریان شاگردی، سعید آبیانی، محمدفتحی (۱۳۹۷)، بهبود رفتارهای کاری نوآورانه کارکنان با بهره‌گیری از انعطاف‌پذیری منابع انسانی و سرمایه روان‌شناختی سازمان، فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، سال اول، شماره ۲، زمستان ۹۷، صص ۵۱-۷۸
۲۲. فتاحی مجید، خدیجه حاجی‌آقایی، قاسم صادقی، رقیه اسلامی (۱۳۹۴)، نقش کارآفرینی در توسعه اقتصاد مقاومتی، اولین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت در هزاره سوم
۲۳. فخر پور سیدحسین، زهرا خوش‌سپهر، محمدحسن ملکی (۱۳۹۷)، ارائه مدلی جهت تحقق اقتصاد مقاومتی در سازمان‌ها با به‌کارگیری نظریه شکست‌ناپذیری، اندیشه مدیریت راهبردی، سال ۱۲، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۷، صص ۱۲۳-۱۵۲
۲۴. قلی‌پورمریم، مصطفی علمی مقدم، حسنعلی قلی‌پور (۱۳۹۴)، نقش کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی، اولین کنفرانس ملی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی، مشهد، انجمن مدیریت ایران واحد خراسان
۲۵. قربانی پرویز (۱۳۹۸)، ارائه مدلی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، رساله دکترای رشته کارآفرینی-بین‌الملل، چاپ‌نشده
۲۶. قربانی پرویز (۱۳۹۳)، تأثیر آموزش کارآفرینی بر انگیزش کارآفرین شدن، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، چاپ‌نشده
۲۷. قربانی پرویز، زینب عبدی (۱۳۹۴)، کارآفرینی و جایگاه آن در پرتو مبانی علم حقوق، دومین کنفرانس بین‌المللی حقوق و توسعه پایدار جامعه مدنی، شیراز
۲۸. قربانی پرویز، عبدالله کولوبندی، محمود محمدی و علیرضا سلوکدار (۱۳۹۴)، آموزش کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی، همایش ملی مدیریت و آموزش، ملایر، دانشگاه ملایر



۲۹. قربی سیدمحمدجواد (۱۳۹۵)، رویکرد انتقادی درباره برداشت‌های رایج از اقتصاد مقاومتی در متون اقتصادی در ایران، پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ویژه‌نامه اقتصاد مقاومتی، ۱۰۳-۱۲۳
۳۰. گرمودی ثابت مولود (۱۳۹۶)، نقش کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی، فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری، ویژه‌نامه، صص ۴۵-۵۷
۳۱. کشاورز ترک عین‌الله، احسان شفیع‌زاده، هادی نهادی (۱۳۹۵)، طراحی الگوی پارادایمی کارآفرینی راهبردی با نگاه به دفاع مقدس با رویکرد آینده‌پژوهی، آینده‌پژوهی دفاعی، سال اول، شماره ۳، زمستان ۱۳۹۵، صص ۶۳-۸۶
۳۲. لاجوردی مسعود، ابوالفضل دانایی، سیدمحمد زرگر، سیدعبدالله حیدریه (۱۳۹۸)، چارچوب فرا ابتکاری فرایند خلق ارزش، مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۳۷، بهار ۱۳۹۸، صص ۱۲۳-۸۳
۳۳. مبینی دهکردی علی، حسن احمدی، علی دلاور (۱۳۹۷)، طراحی مدل شایستگی‌های کارآفرینی راهبردی مدیران ارشد کشور، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات بین‌رشته‌ای دانش راهبردی، سال دوم، شماره ۷، پاییز ۱۳۹۷، صفحات ۱۵۰-۱۲۷
۳۴. مبینی دهکردی علی، آرزو ربانی (۱۳۹۱)، مدیریت راهبردی مبتنی بر ارزش در سطح سازمان، فصلنامه مجلس و راهبرد، سال نوزدهم، شماره هفتاد، تابستان ۱۳۹۱
۳۵. میردشتی ساسان، روح اله نامنی (۱۳۹۵)، نقش نهاد اجتماعی خانواده در پرورش انسان ارزش‌آفرین (کارآفرین)، دهمین کنگره پیشگامان پیشرفت، تهران، مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت
۳۶. محبوبی محمدرضا، عبدالرضا محمودی سرای، محمد مختارنیا، محمد شریف شریف‌زاده (۱۳۹۵)، عامل‌های پیش‌برنده توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی استان البرز، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۳۷، تابستان ۱۳۹۵، صص ۵-۲۰
۳۷. محمدی نریمان، توحید علیزاد، فردوس حاتمی‌طاهر (۱۳۹۵)، عودلاجان؛ روایت مرگ یک محله، پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال پنجم شماره پیاپی ۱۵، شماره چهارم، صص ۹۹-۱۲۱
۳۸. محمدی معصومه (۱۳۹۵)، شناسایی مؤلفه‌های معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، شهریور ۱۳۹۵، چاپ‌نشده
۳۹. مهرابی امیرحمزه، حسین خنیفر، علی‌نقی امیری، حسن زارعی‌متین، غلامرضا جندقی (۱۳۹۰)، معرفی روش‌شناسی نظریه داده‌بنیاد برای تحقیقات اسلامی (ارائه یک نمونه)، مدیریت فرهنگ سازمانی، سال نهم، شماره ۲۳، بهار و تابستان ۱۳۹۰



۴۰. نجاریان کاخکیمحمد، داود ثمری (۱۳۹۴)، بررسی و تبیین تحقیق و روش‌های آن در حوزه کارآفرینی، کنفرانس ملی آینده‌پژوهی، علوم انسانی و توسعه، شیراز، مرکز توسعه آموزش‌های نوین ایران

۴۱. هاشمی کسرا (۱۳۹۴)، دولت کارآفرین، کارآفرینی دولتی، دولت‌یار، شماره چهارم، تابستان ۱۳۹۴، فایل الکترونیکی

ب) کتاب‌ها

۴۲. پیری توسنلو مسعود، شیما کاظمی ملک محمودی، علی گل افشانی (۱۳۹۵)، فرهنگ کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی، ناشر: علیم نور

۴۳. رضایی سعید، فاطمه عیوضی (۱۳۹۴)، هنر آینده‌پژوهی کارآفرینان فاوا، انتشارات شکیب، ۱۳۹۴

ج) منابع اینترنتی

۴۴. بیانات مقام معظم رهبری از سال ۱۳۸۷ الی ۱۳۹۸، آدرس برخط سایت: <http://farsi.khamenei.ir>

۴۵. معصومی‌نیاغلامعلی (۱۳۹۷)، مدیر گروه بانکداری اسلامی دانشگاه خوارزمی، روزنامه جهان اقتصاد، ۹۷/۲/۲۶

۴۶. یادگاری رضا (۱۳۹۷)، مصاحبه با خبرگزاری دانشگاه آزاد اسلامی، آنا - ۲۸ فروردین ۱۳۹۷ سایت: www.ana.ir

۶-۲- منابع لاتین

Articles

1. Carroll, John J., (2017), "Failure is an option: the entrepreneurial governance framework ", Journal of Entrepreneurship and Public Policy, Vol. 6 NO, 1. Pp, 108-126. Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/JEPP-04-2016-0013>
2. Creswell, J. W. (2005), Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research (2nd edition).
3. Douglas, D. (2003). Inductive theory generation: A grounded approach to business inquiry'. Electronic Journal of Business Research Methods, 2(1): 47-54.
4. Fernández, Walter D. (2004), Using the Glaserian Approach in Grounded Studies of Emerging Business Practices. Electronic Journal of Business Research Methods, 2(2).
5. Jones, M. and Alony, I. (2011). Guiding the use of grounded theory in doctoral studies—An example from the Australian film industry. International Journal of Doctoral Studies, 6 (N/A): 95-114.
6. Kraus, Sascha & Kauranen, Ilkka.; "Strategic management and entrepreneurship: Friends or foes? ";Int. Journal of Business Science



- and Applied Management, Volume 4, Issue 1, 2009.
7. Glaser, Barney G., & Strauss, Anselm L. (1965), Awareness of Dying. Id. (1967), The Discovery of Grounded Theory: The Strategies for Qualitative Research.
 8. Goldkuhl, Goran; Cronholm, Stefan (2010), Adding Theoretical Grounding to Grounded Theory Toward Multi-Grounded Theory, International Journal of Qualitative Methods, Vol. 9, No. 2, pp. 187-205
 9. OECD (2016), Entrepreneurship at a Glance 2016, OECD Publishing, Paris. http://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2016-
 10. Olaison, L. and Meier, B. (2014), "The abject of entrepreneurship: failure, fiasco, fraud", International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Vol, 20. No, 2. PP, 193-211.
 11. Pardo, Clara, Alfonso, William (2017) "Applying "attribution theory" to determine the factors that lead to the failure of entrepreneurial ventures in Colombia", Journal of Small Business and Enterprise Development, <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2016-0167>
 12. Selden, L. (2005), "On grounded theory - with some malice". Journal of Documentation, Vol. 61 No.1, pp. 114-129.

Books

13. Abdulnasir A. (2018), Entrepreneurship and Enterprise Development, Lecture Note.
14. Audretsch, D. B. (2007). Entrepreneurship Capital and Economic growth. Oxford Review Economic Policy, 23, 63-78.
15. Creswell, W. J. (2007); qualitative inquiry and research design, sage publications.
16. Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967), The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research, New York: Aldine de Gruyter.
17. Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the Characteristics of Entrepreneurial Personality, United State Greenwood press:.
18. Nanda, R. & Sorensen, J. (2008). Workplace Peers and Entrepreneurship. Harvard Business School. Retrieved from <http://www.hbs.edu/research/pdf/08-051.pdf>.
19. Urquhart, C. (2013) Grounded Theory for Qualitative Research, London: Sage Publication.

