

شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های دیپلماسی برای کار آفرینی در اقتصاد مقاومتی

پرویز قربانی^۱، جمشید عدالتیان شهریاری^۲، فریده حق‌شناس کاشانی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۶/۰۹ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۸/۱۲/۱۳

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال بیست سوم، شماره ۸۶، بهار ۱۳۹۹

چکیده

کار آفرینی در سطح بین‌الملل پلی برای پیوند ملتها برای ارزش آفرینی و بستری برای رشد و تعالی جامعه انسانی می‌باشد. این پژوهش در زمینه مطالعات کار آفرینی در اقتصاد مقاومتی و باهدف شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های دیپلماسی برای کار آفرینی در اقتصاد مقاومتی انجام شده است. این پژوهش کاربردی و از لحاظ روش، آمیخته است. در مرحله کیفی؛ ابزار جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه کیفی و عمیق با خبرگان بود. جامعه آماری شامل خبرگان کار آفرینی و اقتصاد مقاومتی با حجم نمونه ۲۵ نفر با نمونه‌گیری به روش هدفمند قضاوتی تا رسیدن به نقطه اشباع نظری بود. تجزیه و تحلیل یافته‌ها به روش نظریه داده بنیاد با رویکرد کلاسیک (گلپزری) انجام شد. در مرحله کمی؛ ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخت یافته و نمونه آماری تحقیق ۳۸۴ نفر از کارآفرینان و فعالان اقتصادی کشور بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای SPSS و Smart PLS انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد دیپلماسی بر ظهور و عملکرد کار آفرینی در اقتصاد مقاومتی تأثیر دارد و شامل چهار مؤلفه به ترتیب اولویت:

۱. دیپلماسی تحریم‌شکنی با شدت تأثیر ۰/۸۴۰، ۲. دیپلماسی اقتصادی با شدت تأثیر ۰/۷۶۴، ۳. دیپلماسی علم و فناوری با شدت تأثیر ۰/۷۶۰، ۴. دیپلماسی فرهنگی با شدت تأثیر ۰/۷۴۴؛ می‌باشند. در واقع دیپلماسی کار آفرینی اقتصاد مقاومتی تأمین منافع ملی با استفاده از گستره‌ای از ابزارها و مؤلفه‌های: تحریم‌شکنی، اقتصادی، علم و فناوری و فرهنگی است که می‌تواند بیشترین رشد و شکوفایی را برای کار آفرینی کشور به ارمغان آورد.

واژگان کلیدی:

کار آفرینی، اقتصاد مقاومتی، کار آفرینی در اقتصاد مقاومتی، دیپلماسی، دیپلماسی کار آفرینی

۱ - دانش آموخته دکتری، گروه کار آفرینی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲ - استادیار، گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
dr.edalatian@yahoo.de

۳ - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران.

۱- مقدمه و بیان مسئله

جمهوری اسلامی ایران تقریباً از بدو شکل‌گیری مورد تحریم آمریکا و متحدان این کشور قرار داشته است اما از سال ۱۳۸۴ به بهانه غنی‌سازی اورانیوم این تحریم‌ها وارد دور تازه‌ای شد. هدف اصلی تحریم‌کنندگان به‌زعم ایشان ایجاد تغییر بنیادین در رویکردها و سیاست‌های ایران است (منظور و مصطفی پور، ۱۳۹۲). پس از انقلاب، جنگ عراق و ایران آغاز شد و تقریباً هشت سال طول کشید. با توجه به پیگیری برنامه‌های هسته‌ای پس از جنگ ویرانگر و پرهزینه، ایالات متحده، سازمان ملل متحد و اتحادیه اروپا تحریم‌های گسترده اقتصادی و سیاسی علیه دولت و شرکت‌های خصوصی وضع نمودند. این تحریم‌های بلندمدت اقتصاد ایران را مختل کرده است (جهانشاهی و برم، ۲۰۱۹). در تاریخ ۲۰۱۵/۷/۱۴ سند برنامه جامع اقدام مشترک (برجام)^۲ میان جمهوری اسلامی ایران و گروه ۵+۱ منتشر و در ۲۰۱۶/۱/۱۶ اجرایی شد؛ اما چالش‌های موجود در روند اجرا و عملیاتی شدن مفاد برجام، بروز اختلافات و تنش‌های داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی را در دوره پس‌برجام به همراه داشته است (اسلامی و نقدی، ۱۳۹۵: ۳۹). در حال حاضر، حتی با پایبندی ایران به توافق «برجام» و خروج یک‌جانبه آمریکا^۳ از آن، جمهوری اسلامی ایران با بی‌سابقه‌ترین تحریم‌ها در تاریخ اقتصاد جهانی روبروست. تحریم نفتی ۱۹۷۳ اعراب علیه اسرائیل به‌خوبی نشان داد که ارتباط پیچیده و متقابلی میان سیاست‌های داخلی، اقتصاد داخلی، سیاست بین‌الملل و اقتصاد بین‌الملل وجود دارد (حاجی یوسفی و خانی جوی‌آباد، ۱۳۹۷: ۱۰۹). اتخاذ یک «سیاست خارجی چند کانونه» می‌تواند راهگشای سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در عصر پرشتاب جهانی شدن باشد (حاجی یوسفی و خانی جوی‌آباد، ۱۳۹۷: ۱۲۹).

الگوی توسعه اقتصادی و نظام اقتصادی داخلی خواه‌ناخواه بر سیاست خارجی کشور تأثیر می‌گذارد و همچنین از آن تأثیر می‌پذیرد. پس از حفظ بقا و امنیت و پرستیژ بین‌المللی می‌توان گفت توسعه اقتصادی در اولویت نخست اهداف سیاست خارجی قرار دارد. در واقع یکی از وظایف و کار ویژه‌های دستگاه دیپلماسی کشورها هدایت و اجرای دیپلماسی اقتصادی جهت تسهیل و تسریع کشور به سرمایه، منابع و بازارهای جهانی می‌باشد (صوری و صالحیان، ۱۳۹۶: ۱۳۷). یکی از ارزش‌ها این است که سیاست خارجی ما به سه اصل عزت

^۱. Brem

^۲. Joint Comprehensive Plan of Action (JCPOA)

^۳ - در تاریخ ۱۸ اردیبهشت ۱۳۹۷، ترامپ رئیس‌جمهور آمریکا؛ به طور یک‌جانبه از «برجام» خارج شد و طی دو تاریخ ۱۳ مرداد و ۱۳ آبان ۱۳۹۷، تحریم‌های شدیدی را بر ایران تحمیل نمود. جمهوری اسلامی ایران با یک صبر راهبردی در ۱۸ اردیبهشت ۱۳۹۸ کاهش تعهدات برجامی خود را آغاز نمود.



و حکمت و رعایت تقیه- در آن مواردی که باید تقیه کرد- متکی باشد. معنای عزت این است که جامعه و نظام اسلامی، در هیچ‌یک از برخوردهای بین‌المللی خود، نباید طوری حرکت کند که منتهی به ذلیل شدن اسلام و مسلمین شود... حکمت، یعنی نظام اسلامی، حکیمانه کار کند و از روی احساسات و بی‌توجه به منافع و شرایط لازم و بهره‌هایی که ما باید از رابطه با دنیا بگیریم، حرکت نکنند... تقیه سپر مؤمن است. سپر را کجا به کار می‌برند؟ سپر در میدان جنگ مورداستفاده قرار می‌گیرد و به هنگام درگیری به کار می‌آید (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۶۸/۱۱/۹). می‌توان با روحیه صحیح انقلابی و دیپلماسی هوشمندانه و هدفمند، روابط خارجی را گسترش داد و عناصر قدرت نظام را به پشتوانه‌ای برای دستاوردهای سیاسی و دیپلماسی تبدیل کرد (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مسئولان وزارت امور خارجه، ۱۳۹۷/۴/۳۰). برای پیشرفت علمی از همه توانایی‌های غربی‌ها استفاده کنید و از شاگردی کردن و یادگرفتن هرگز پرهیز نکنید، زیرا ما از شاگردی کردن ننگمان نمی‌آید بلکه از «همیشه شاگرد ماندن» ننگمان می‌آید (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مسئولان علوم شناختی، ۱۳۹۷/۱۱/۳). دیپلماسی کار مجموعه نظام است، یعنی اختصاص به وزارت خارجه ندارد. مجموعه مدیریت کلان نظام، متصدی مسئله دیپلماسی است، اما دستگاه تخصصی و کارخانه دیپلماسی و ستاد اصلی دیپلماسی، وزارت خارجه است (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۷۹/۶/۶). سیاست‌های اقتصاد مقاومتی بر اساس تصریح سند ابلاغی مرتبط با این سیاست «رویکردی جهادی، انعطاف‌پذیر، فرصت‌ساز، مولد، درون‌زا، پیشرو و برون‌گرا» است که همه‌ی این تعابیر به‌ویژه عبارت‌های «فرصت‌ساز» و «برون‌گرا» در عرصه‌ی سیاست خارجی دارای مابه‌ازای خارجی هستند. مهم‌ترین وظیفه و کمک دستگاه سیاست خارجی کشور به پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی، بر عهده گرفتن نقش بسترساز، فرصت‌ساز و هماهنگ‌کننده از طریق یک سیاست خارجی فعال و پویا در چارچوب «دیپلماسی اقتصادی» است. دیپلماسی اقتصادی به معنای اهمیت یافتن مناسبات اقتصادی در روابط خارجی و باهدف بهره‌گیری از فرصت‌ها و امکانات اقتصادی درصحنه‌ی بین‌المللی برای کمک به تحقق اهداف اقتصادی کشورها یکی از مهم‌ترین ابزارهای وزارت امور خارجه در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی است (قاسمی، ۱۳۹۶).

امروزه در کشورهای درحال توسعه، فعالیت‌های کارآفرین‌محور به‌عنوان ابزار کلیدی و اساسی جهت تغییر ساختار جامعه می‌باشد (اولایسون و میر، ۲۰۱۴) اما این نکته پذیرفته‌شده است که یک ایده کارآفرین‌محور، در چنین جوامعی بدون در نظر گرفتن همه جوانب،



محکوم به شکست است (کاررول، ۲۰۱۷: ۳)؛ زیرا عوامل بسیار متعدد و متنوعی در موفقیت یا عدم موفقیت کارآفرینان تأثیرگذار هستند (پاردو و آلفونسو، ۲۰۱۷، ۲). روند رو به رشد در سراسر جهان تأکید به کارآفرینی مبتنی بر نوآوری یا 'ارزش بالا' است. تأکید روزافزون بر قدرت نرم و پیوندهای مردم به مردم در امور خارجه وجود دارد. با تشویق تلاش‌های کارآفرینی، کشورها می‌توانند روابط مثبت بین جامعه‌ها را تغییر داده و رشد اقتصادی را برای توسعه پایدار ترغیب کنند (رمادی و همکاران، ۲۰۱۹: ۱).

کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی برای کشوری که خواهان رشد و مزیت رقابتی بوده و به دنبال خنثی نمودن اثر تحریم‌ها می‌باشد، بسیار ضروری است. در شرایط تحریم و تهدید کنونی؛ کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی به عنوان یک راه‌کار واقعی می‌باشد. کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی با تئوری‌های کارآفرینی تا حدودی همخوانی ندارد. تئوری‌های کارآفرینی در جهان بر اساس مفروضاتی همچون: صلح اجتماعی، امنیت، عدم محدودیت و تحریم استوار است و نظریه‌پردازان کارآفرینی، با تکیه بر همین پیش‌فرض‌ها و شرایط تثبیت شده جامعه، پیشنهاد‌های کارآفرینی برای بهبود معیشت مردم و توسعه کشور را مطرح می‌کنند. حال اگر این فرضیات وجود نداشته باشد و تنش‌های بین‌المللی و تحریم‌ها بر همکاری اقتصادی کشور تأثیر بگذارد، تئوری نظریه‌پردازان کارآفرینی (کارآفرینی‌دان‌ها) نیز تحت تأثیر قرار می‌گیرد. بنابراین کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی نیازمند الگوی سیستمی جدید است. به عبارتی؛ تئوری‌های کارآفرینی موجود، ناجی کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی نیست. ایجاد محیط مساعد برای ظهور و رشد کسب‌وکارهای جدید نوآور و فعالیت‌های کارآفرینانه وظیفه حیاتی سیاست‌گذاران و قانون‌گذاران کشور برای دستیابی به رشد و رونق اقتصادی است. شرایط حاکم بر کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی اقتضاء می‌کند که سیاست‌گذاران حوزه امور خارجه و دیپلمات‌های آنان دیپلماسی را در راستای اقتصاد مقاومتی پیاده‌سازی نمایند. دیپلماسی اقتصاد مقاومتی موردنظر مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) مشتمل بر: ارتقاء عزت بین‌المللی نظام و ملت، تنظیم روابط سیاسی با کشورها به نحوی که قطع ارتباط اقتصادی آن‌ها با جمهوری اسلامی ایران منجر به زیان‌های شدید سیاسی و اقتصادی برای ایشان شود، وابسته نمودن کشورهای خارجی و به خصوص همسایگان به محصولات ایرانی با ارزش افزوده بالا- و نه خام فروشی- تقویت دستگاه دیپلماسی خارجی به منظور شناسایی و سرخط نمودن ظرفیت‌های بازارهای خارجی جهت توسعه صادرات و از آن مسیر تقویت

1. Carroll

2. Pardo & Alfonso



توان و ساخت درونی اقتصاد کشور، تقویت پیمان‌های سیاسی و اقتصادی با کشورهای دوست در اقصی نقاط جهان، تشکیل شبکه‌های مبادلات داخلی- بین کشورهای هم‌پیمان ما و به‌صورت غیر وابسته به‌نظام سلطه- برای تسهیل مبادلات مالی و کالایی با کشورهای غیرمتخاصم و... برداشت می‌شود. در واقع کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی زمانی شکل می‌گیرد که بسترها و زمینه‌های آن در کانون توجه تمامی ارکان حکومت و جامعه قرار گیرد. بدین سبب انجام پژوهش‌های مختلف در حوزه نوظهور کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی ضروری است. پژوهشگران در مقالات مختلفی به بررسی کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی پرداخته‌اند؛ اما چنین سؤالاتی در اینجا مطرح می‌شود: آیا دیپلماسی در این مقالات مورد بحث قرار داشته است؟ چه مؤلفه‌هایی برای دیپلماسی جهت کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی متصور است؟ هر مؤلفه به چه میزان شدت تأثیر دارد؟ برای سؤالات بالا؛ ضمن احترام به مؤلفین آثار، زحمات فراوان و منزلت علمی آن‌ها، در پیشینه موجود پاسخی وجود ندارد. لذا کمبود دانش در حوزه دیپلماسی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی وجود دارد. بنابراین دغدغه و مسئله اصلی این پژوهش، عدم شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های بُعد دیپلماسی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی است. پژوهش حاضر شاخص‌ها و مؤلفه‌های بُعد دیپلماسی را باهدف غایی کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی مورد مطالعه قرار داده است تا به پرسش پژوهش مبنی بر اینکه مؤلفه‌های دیپلماسی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی (کارآفرینی در زمان و شرایط اقتصاد مقاومتی) کدام‌اند؟ شدت تأثیر و اولویت‌بندی آن‌ها چگونه است؟، پاسخ داده شود.

۲- ادبیات موضوع و پیشینه

۲-۱- مبانی نظری

واژه «کارآفرینی»، اولین بار توسط ریچارد کانتیلون (۱۷۳۰ م) وارد نظریه‌های اقتصادی شد که از کلمه فرانسوی «اینترپرندر» به معنای «متعهد شدن» نشأت گرفته است. این واژه در سال ۱۸۴۸ م توسط «جان استوارت میل» به کارآفرین^۱ در زبان انگلیسی ترجمه شد (قربانی، ۱۳۹۳:۳۰). شومپیتر (۱۹۵۱) کارآفرینی را ایجاد ارزش از طریق نوآوری می‌داند (شومپیتر، ۱۹۵۱؛ دراگر، ۱۹۸۵). 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

1. Entrepreneurship

2. Entrepren dre

3. Entrepreneur



ارزش افزوده جدید را هم بپذیرد (معصومی نیا، ۱۳۹۷). کارآفرینی فرآیند نوآورانه و خلاقانه است که در آن پتانسیل ارزش افزوده محصولات، ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش بهره‌وری، احیاء و تنوع بازارها، بهبود رفاه اجتماعی، به‌طور گسترده‌ای برای توسعه اقتصاد وجود دارد (اسفندیار و همکاران، ۲۰۱۹).

واژه‌ی «دیپلماسی» از ریشه یونانی «دیپلوما» اخذ شده که معنای لغوی آن صفحه یا برگ تاشده استودر اصطلاح «دیپلوما» به سندی گفته می‌شود که به‌موجب آن عنوان یا امتیازی به شخص می‌دادند. از این ریشه واژه‌ی «دیپلماسی» و «دیپلمات» ساخته شده است (عمید زنجانی، ۱۳۹۵: ۲۵). دیپلماسی در مقام یکی از مهم‌ترین ابزارها و وسایل خارجی، از نقش و کارکرد بسیار مهمی در سیاست خارجی توسعه‌گرا برخوردار می‌باشد. به‌کارگیری موفقیت-آمیز دیپلماسی در پیگیری اهداف سیاست خارجی توسعه‌گرا و بالاتر از همه توسعه اقتصادی مستلزم درک و فهم آن و سپس گروه دیپلماتیک کارآموده می‌باشد (صبوری و صالحیان، ۱۳۹۶: ۱۴۷). دیپلماسی یا روابط دیپلماتیک به دانش ارتباط میان سیاستمداران و سران کشورهای جهان گفته می‌شود (قربانی، ۱۳۹۸: ۱۲۳).

واژه «اقتصاد مقاومتی»، اولین بار توسط مقام معظم رهبری (سید علی خامنه‌ای-رهبر جمهوری اسلامی ایران) در شانزدهم شهریور سال ۱۳۸۹ در دیدار با کارآفرینان مطرح و وارد ادبیات اقتصادی جهان شد (قربانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲). اقتصاد مقاومتی یعنی آن اقتصادی که در شرایط فشار، در شرایط تحریم، در شرایط دشمنی‌ها و خصومت‌های شدید می‌تواند تعیین‌کننده‌ی رشد و شکوفایی کشور باشد (بیانات 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: ۵۰). اقتصاد مقاومتی در واقع 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 عبد شریفی، ۱۳۹۷:

1. Kouros Esfandiar , Mohamad Sharifi-Tehrani , StephenPratt , LeventAltinay

2. Diplomacy

3. Resistive economy



۱۲۲). اقتصاد مقاومتی یک تعریف جهانی و جهان‌شمول دارد و اقتصادی است که باوجود شرایط دشوار و تهدیدهای فراوان به اهداف خودش برسد (عبدالملکی، ۱۳۹۷). اقتصاد مقاومتی مختص زمان جنگ و تحریم نیست، بلکه یک چشم‌انداز بلندمدت پیش روی اقتصاد ایران است (ایدلخانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۷).

واژه «کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی» سابقه‌ای در ادبیات عام علم کارآفرینی ندارد و معادل دقیقی نیز از آن تاکنون بکار گرفته نشده است. از این رو می‌توان اذعان نمود این واژه برخاسته از ذهن محقق در راستای علم کارآفرینی و مفهوم اقتصاد مقاومتی بوده و اصطلاح نوینی در ادبیات اشتراکی بین کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی به شمار می‌آید. 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^۱ 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 به‌گونه‌ای 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.

^۱. Entrepreneurship in Resistance Economics

^۲- قربی (۱۳۹۵): همسان‌پنداری اقتصاد مقاومتی با اقتصاد اسلامی، اقتصاد تحریم‌محور، تاب‌آوری و فنریت اقتصادی، و ریاضتی بودن اقتصاد مقاومتی را مورد مذاقه و تحلیل قرار داده و نتیجه گرفته که اقتصاد مقاومتی با هیچ یک از این مفاهیم همسان نیست.





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).

جدول ۱: مقایسه کارآفرینی و کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی

محوورها	کارآفرینی	کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی
میانی فلسفی	<ol style="list-style-type: none"> از منظر هستی‌شناسی، هستی و کنش‌های آدمی را در حیطه محدود دنیوی محصور می‌بیند. توجه به نیازهای طبیعی برنامه‌ریزی بر مبنای هدف و نتیجه مادی ملاک ارزشیابی عمل، «خُسن انجام عمل» می‌باشد. در نظر گرفتن کارآفرینی و کسب‌وکار به‌عنوان فرصتی برای دستیابی به منافع فردی و مادی 	<ol style="list-style-type: none"> از منظر هستی‌شناسی، هستی و کنش‌های آدمی را در دو حیطه دنیوی و آخروی و ابعاد مادی - معنوی می‌بیند. توجه به نیازهای طبیعی و تمایلات معنوی برنامه‌ریزی بر مبنای هدف و نتیجه مادی و معنوی (با اولویت نتایج آخروی) در ارزشیابی عمل، علاوه بر خُسن انجام عمل سه جنبه «ایمان و تقوای فرد»، «نیت صادقانه» و «مطابقت عمل با قرآن و سنت» مهم است. در نظر گرفتن کارآفرینی و کسب‌وکار به‌مثابه 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	محدودیت وجود نظریات و مدل‌های مدون شفاف

تعریف مفهوم غالب	اجماع در تعریف پذیرفته‌شده در سطح بین‌المللی	اجماع در تعریف پذیرفته‌شده در سطح ملی.
محدودیت‌ها	عدم محدودیت	سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، محدودیت تحریم-ها 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، غربی	درون‌زا، برون‌گرا، بومی

*منبع: تحقیقات پژوهش

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: 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 (گرم‌رودی ثابت، ۱۳۹۶: ۴۷). برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی، کارآفرینان باید مانند دیپلمات‌ها فکر کنند و شرایط همکاری‌های بین‌المللی را فراهم نمایند.

۲-۲- پیشینه پژوهش

در پژوهش‌های کیفی برخلاف رویه‌های معمول در پژوهش‌های کمی، بررسی ادبیات پژوهش صرفاً برای افزایش حساسیت نظری و تبیین مسئله‌ی پژوهش است (جعفری راد و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۶۹). مرور پیشینه پژوهش در تحقیق کیفی باعث روشن شدن مرزهای تحقیق می‌گردد، هرچند پژوهشگر همواره باید ماهیت اکتشافی پژوهش را در ذهن داشته باشد (حاجی پور و همکاران، ۱۳۹۶: ۶۱). امروزه تحقیقات و پژوهش‌های مربوط به کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی به نحو چشمگیری افزایش یافته است هرچند به شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های دیپلماسی 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. اعمال تحریم‌ها، ابزاری برای رسیدن به اهداف و مقاصد سیاسی است و پیشینه کاربرد آن به قبل از میلاد مسیح بازمی‌گردد (بهروزی فر، ۱۳۸۳؛ آقایی و همکاران، ۱۳۹۷: ۵۰). دیپلماسی



مرزها و معناهای خود را موردبازنگری قرار داده و آن را به فعالیتی پیچیده مبدل کرده است، رشد سریع فناوری‌های ارتباطی و شبکه‌های مجازی شکل نوینی از دیپلماسی را رقم زده که ایجاد سفارت‌خانه‌های مجازی از پیامدهای آن محسوب می‌شود (طوفان، ۱۳۹۵: ۱۲۳). دیپلماسی نوین روشی تازه برای تأثیرگذاری بر هویت، گفتمان‌ها و کنش‌های بازیگران قلمرو عمومی جهانی و شکل‌دهی مناسب برای موفقیت دستگاه دیپلماتیک یک کشور با کمک شبکه‌ها و شبکه‌های سایبری جهانی است (طوفان، ۱۳۹۵: ۱۳۶). واقع‌شدن ایران در مرکز کانون استراتژیک انرژی جهان به‌طور بالقوه موقعیت ژئوپلیتیک و ژئواکونومیک ویژه‌ای به ایران داده است که باید تلاش شود با به فعلیت درآوردن این ظرفیت‌ها نسبت به ارتقای جایگاه کشور در عرصه‌های منطقه‌ای و جهانی اقدام کرد و در این راستا از این موقعیت مناسبی که به‌واسطه این عوامل نصیب کشورمان شده است در راستای توسعه دیپلماسی اقتصادی کارآفرین با تکیه بر این عوامل استفاده کرد (زمانی و فرهادی، ۱۳۹۵: ۱). با مجموع تحولاتی که در دیپلماسی و قدرت در حال توسعه و رخ دادن است، ضرورت دارد که در دیپلماسی تغییر حاصل شود و اقتصاد کارآفرین را با توجه به پارادایم کشور خودمان ازجمله تحریم‌ها تعریف کنیم که اثرگذاری آن بیشتر خواهد بود (قربانی شیخ‌نشین، ۱۳۹۶). سمیعی نسب، دیپلماسی اقتصادی را راهبرد مقابله با تحریم‌های اقتصادی در منظومه اقتصاد مقاومتی عنوان داشته‌اند و چگونگی راهکارهای افزایش تعامل اقتصادی با کشورهای همسوی سیاسی، تقسیم وظایف بازیگران مختلف عرصه دیپلماسی اقتصادی، طراحی سازوکارهای خنثی‌سازی فعالیت‌های دیپلماتیک دشمن در شرایط تحریم‌های اقتصادی را تحقق‌بخش هدف نیل به اقتصاد مقاومتی دانسته‌اند (سمیعی نسب، ۱۳۹۳: ۱۱۵). سلیمانی و حسین زاده یزدی (۱۳۹۵) نتیجه گرفته‌اند؛ مؤلفه‌های دیپلماسی اقتصادی باید با توجه به سه مؤلفه دسترسی به بازارهای جهانی؛ جذب سرمایه‌های خارجی (به‌طور مستقیم و غیرمستقیم - دوجانبه و چندجانبه)؛ حفظ اقتصاد ملی در مقابل چالش‌های اقتصاد جهانی؛ و نیز مؤلفه‌های رویکردهای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی شامل: جهادی بودن، انعطاف‌پذیری، فرصت‌سازبودن، مولدبودن، درون‌زایی، پیشروبودن و برون‌گرایی در قالب یک ماتریسی مفهومی تدوین و اجرا شوند تا الگوی دیپلماسی اقتصادی مقاومتی استخراج و پیاده‌سازی گردد (سلیمانی و حسین زاده یزدی، ۱۳۹۵: ۹۱). صبوری و صالحیان، بیان داشته‌اند؛ براساس اسناد بالادستی به‌ویژه چشم‌انداز بیست‌ساله تا ۱۴۰۴، جمهوری اسلامی ایران به‌صورت یک کشور توسعه‌یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه و دارای تعامل فعال و سازنده با اقتصاد جهانی در نظر گرفته‌شده است. این هدف مهم محقق نمی‌شود مگر از همه ظرفیت‌ها ازجمله «دیپلماسی اقتصادی» در سیاست خارجی به‌طور کامل و مفید استفاده شود (صبوری و صالحیان، ۱۳۹۶: ۱۲۳). داوند و موسوی‌شفائی بیان داشته‌اند؛ دیپلماسی اقتصادی پسامدرن، هنر افزایش منافع ملی از طریق مبادلات پایدار اطلاعات اقتصادی میان دولت‌ها، ملت‌ها و دیگر گروه‌ها جهت مدیریت سازمان‌ها و ائتلاف‌های کثیرالمنافع است (داوند و موسوی‌شفائی، ۱۳۹۶: ۹۳). موسوی‌شفایی وایمانی بیان داشته‌اند: رهبران و تصمیم‌گیران ایران در راستای قدرتمندی کشور و ارتقای جایگاه جهانی اقتصاد آن، باید دیپلماسی اقتصادی را محور سیاست خارجی



ایران قرار دهند (موسوی شفاف‌ی وایمانی، ۱۳۹۶: ۱۵۰). عوامل سیاسی و قانونی؛ بخش کلیدی از بافت اقتصادی و سیاسی هستند که در آن کارآفرینی اتفاق می‌افتد (داوری و همکاران، ۱۳۹۶).

جدول خلاصه‌ای از پیشینه پژوهش مرتبط با موضوع

نویسندگان	اهداف	مهم‌ترین یافته‌ها
قربانی شیخ‌نشین (۱۳۹۶)	نقش دیپلماسی برای کارآفرینی	ضرورت تغییر دیپلماسی در راستای اقتصاد کارآفرینی در شرایط تحریم
سیمبر (۱۳۹۶)	دیپلماسی کارآفرینی	دستگاه دیپلماسی کشور تنها متولی مسئله «دیپلماسی کارآفرینی» نیست و متولیان دیگری در وزارتخانه‌های اقتصاد، صنعت، نفت و ... داریم که همه به هم وابسته هستند.
عراقچی (۱۳۹۶)	دیپلماسی در حمایت از کارآفرینی	استفاده از قدرت دیپلماسی برای کارآفرینی
زمانی و فرهادی (۱۳۹۵)	دیپلماسی اقتصادی کارآفرین	پتانسیل فراوان جمهوری اسلامی ایران در زمینه ژئوپلیتیک انرژی و استفاده از این موارد جهت دیپلماسی اقتصادی کارآفرین در نظام منطقه‌ای و جهانی
ستاری (۱۳۹۷)	دیپلماسی فناوری	توسعه اقتصاد دانش‌بنیان محور توسعه دیپلماسی فناوری است.
کبوس (۱۹۸۹)	کارآفرینی به‌عنوان دیپلماسی	گسترش دیپلماسی باعث رفع محدودیت‌های کارآفرینی می‌شود.
مهربانی (۱۳۹۳)	تحریم‌های اقتصادی ایران	بر ضرورت تمرکز بر اقتصاد داخلی، تشویق کارآفرینان و ایجاد فضای اشتغال خصوصی، جذب سرمایه‌گذاری خارجی و ثبات رویه در قوانین سرمایه‌گذاری و تقویت حضور و تعاملات بین‌المللی تأکید می‌کند.

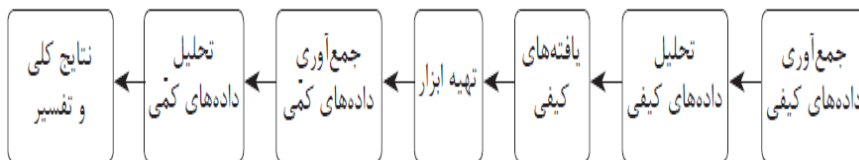
زیست‌بوم کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی باید بتواند با زیست‌بوم دیگر کشورها ارتباط داشته باشد تا توسعه‌زاینده و فزاینده دانش و نوآوری رنگ واقعیت بگیرد. با توجه به موارد مطرح‌شده می‌توان گفت کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی بسیار مهم می‌باشد و شناسایی مؤلفه‌های دیپلماسی تأثیر به‌سزایی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی دارد. دیپلماسی کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی در دو حوزه داخلی و بین‌المللی برای کارآفرینان داخلی و کارآفرینان بین‌المللی تسهیلگر و کمک‌رسان می‌باشد. ولی باین حال پژوهش‌های در خور توجهی



در این حوزه انجام نشده است و ادبیات موجود از غنای کافی برخوردار نیست. با توجه به اهمیت موضوع، پژوهش حاضر باهدف شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های دیپلماسی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی انجام شده است. بر این اساس پژوهش حاضر به‌منظور تحقق اهداف ذیل صورت پذیرفت: ۱. شناسایی مؤلفه‌های دیپلماسی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی؛ ۲. اولویت و رتبه‌بندی مؤلفه‌های دیپلماسی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی

۳- روش تحقیق

در پژوهش حاضر از روش آمیخته (ترکیبی) استفاده شده است. شالوده فلسفی روش ترکیبی، ریشه در تفکر عمل‌گرای دارد که بر اساس آن تمرکز محقق باید بر مسئله و استفاده از همه رویکردهای موجود برای فهم مسئله باشد (ترک‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۶۳). لذا منطق کلی استفاده از روش ترکیبی در این پژوهش به این دلیل است که روش‌های کیفی و یا کمی به‌تنهایی 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 برخاسته از مرحله کیفی را دارد. همچنین اغلب از این طرح زمانی استفاده می‌شود که به دلیل نامناسب بودن ابزارهای موجود و یا عدم وجود ابزار، به ساخت ابزار نیاز باشد (کرسول، ۱۳۹۲: ۳۵۹). بر این اساس، به دلیل ماهیت پیچیده و جدید موضوع دیپلماسی در اقتصاد مقاومتی برای کارآفرینی، 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).



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



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 (گلیزری) که به گلیزر 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 گلیزر^۲ (متولد ۱۹۳۰ م.) و آنسلم استراوس^۳ (۱۹۹۶-۱۹۱۶ م.) تدوین شده است (کراس ول^۴، ۲۰۰۵: ۳۹۶).

رویکرد کلاسیک خود دارای سه مرحله اصلی کدگذاری باز^۵، کدگذاری انتخابی^۶ و کدگذاری نظری^۷ 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.

1. Glaser

2. Barney Glaser

3. Anselm Strauss

4. Creswell

5. Open coding

6. Selective coding

7. Theoretical coding



جدول ۲: روش‌شناسی پژوهش مرحله کیفی

فلسفه	نوع پژوهش			استراتژی پژوهش	روش گردآوری داده‌ها	جامعه آماری	روش نمونه‌گیری	حجم نمونه
	هدف	نتیجه	رویکرد					
تفسیری	بنیادی کاربردی	اکتشافی	کیفی	نظریه داده بنیاد کلاسیک	مصاحبه عمیق	خبرگان حوزه کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی	هدفمند قضاوتی تا رسیدن به نقطه اشباع نظری	۲۵ نفر

مصاحبه‌ها از ۵۰ دقیقه تا ۲ ساعت به طول انجامید. برای ایجاد انعطاف‌پذیری بیشتر همه مصاحبه‌ها با پرسش باز بوده و در طول مصاحبه بر اساس چهارچوب پیش فرض مصاحبه با طرح موضوعات کنترلی به سمت مسائل اصلی هدایت می‌شد. به دلیل بهره‌مندی مستمر از نظر خبرگان در کلیه مراحل و فرایندهای این تحقیق پایایی مورد انتظار یک پژوهش به‌خوبی تضمین و برآورد شده است و از استراتژی «کنترل توسط مشارکت‌کنندگان» استفاده شد.

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 گونه 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؛ دانشجوی و یا فارغ‌التحصیل رشته کارآفرینی در مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری تخصصی؛ 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 ۳: روش‌شناسی پژوهش مرحله کمی

فلسفه	نوع پژوهش			استراتژی پژوهش	روش گردآوری داده‌ها	جامعه آماری	روش نمونه‌گیری	حجم نمونه
	هدف	نتیجه	رویکرد					
تفسیری	کاربردی	اکتشافی تأییدی	کمی	معادلات ساختاری	میدانی پرسشنامه	خبرگان	جامعه نامعین، فرمول کوکران	۳۸۴ نفر

بار عاملی گونه‌های پرسشنامه محقق ساخته توسط نرم‌افزار SPSS محاسبه شد. کلیه بارهای عاملی از ۰/۳ بزرگ‌تر بودند و بنابراین گویه‌های پرسشنامه تأیید شدند.

۴- یافته‌های تحقیق

یافته‌های پژوهش مرحله کیفی

تعداد کل جامعه آماری ۲۵ نفر می‌باشند. توصیف آماری نمونه با استفاده از متغیرهای جمعیت شناختی تحقیق شامل: جنسیت، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، سابقه کار؛ در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۴: مشخصه‌های جمعیت شناختی نمونه آماری

تعداد (فراوانی)	متغیرهای جمعیت شناختی	تعداد (فراوانی)	متغیرهای جمعیت شناختی
۱۱	کارشناسی ارشد	۲۱	مرد
		۴	زن
		۵	مجرد
۱۴	(دانشجو دکترا) دکترا	۲۰	متأهل
		۲	کمتر از ۵ سال
		۱۲	بین ۵ تا ۱۰
		۱۱	بالای ۱۰



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، 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^۱؛ ۲۰۰۳؛ صبحیه وردایی، ۱۳۹۴). در این روش‌شناسی، داده با طی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری انتخابی و کدگذاری نظری؛ مفهوم‌سازی شده و درنهایت، مدل نظری حاصل می‌شود که ریشه در داده‌ها دارد (جونس و الونی^۲، ۲۰۱۱).

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، به‌طوری‌که محقق و خواننده با مشاهده این عنوان و تیترا تا حدود زیادی به مفهوم جملات پی ببرند (میلز و هوبرمن، ۲۰۰: 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^۳، ۲۰۰۱: ۴۹). کدگذاری در این مرحله باز نامیده می‌شود، زیرا نام‌گذاری مفاهیم و مقوله‌ها به‌صورت ذهنی و بدون هیچ محدودیتی انجام می‌شود (گولدینگ^۴، ۲۰۰۲). کدگذاری باز تا زمانی ادامه پیدا می‌کند که اثرات ظهور «مقوله محوری»^۵، نمودار شود تا بدین ترتیب در مرحله بعدی، یعنی کدگذاری انتخابی، کدگذاری براساس این مقوله هدایت شود. «مقوله محوری» مفهومی است که توضیح می‌دهد چگونه مشارکت‌کنندگان، 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

^۱. Douglas

^۲. Jones & Alony

^۳. Lee

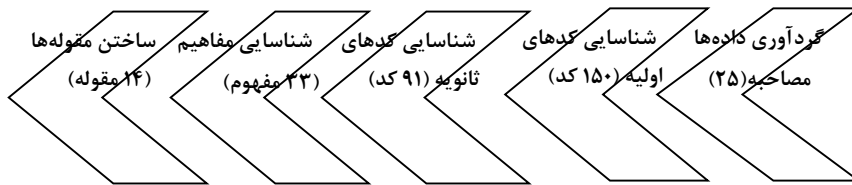
^۴. Goulding

^۵. Core category

^۶. Main concern



متغیر محوری بپردازد و از «حساسیت نظری^۱» در این مرحله برخوردار باشد (ساغروانی و همکاران، ۱۳۹۲).



شکل ۲: خلاصه کدگذاری باز (طرح پژوهش)

کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی با ظهور «مقوله محوری^۲» در مرحله کدگذاری باز، آغاز می‌شود، بطوریکه 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^۳» یا «روش تطبیق مداوم» نامیده‌اند (سلدن^۴، ۲۰۰۵: ۱۱۹). با استفاده از فن 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 مقوله-هایی 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 تاب آور^۵» بود.

^۱. Theoretical sensitivity

^۲- مقوله محوری و مرکزی نمایان‌گر مضمون اصلی پژوهش است. مقوله مرکزی حاصل همه تحلیل‌ها را در چند کلمه می‌ریزد و نشان می‌دهد کل پژوهش در مورد چیست (استراوس و کربین، ۱۳۹۱؛ امیرخانی و همکاران، ۱۳۹۴).

^۳. Constant Comparison

^۴. Selden

^۵- پایدار و بادوام



جدول ۵: جزئیات کدگذاری‌ها در مرحله کدگذاری انتخابی

متغیر وابسته	بُعد	مؤلفه‌ها	مقوله اصلی (مقوله‌ها)	مقوله فرعی (مفاهیم)	فراوانی تکرار	نمونه منبع کُد	
مؤلفه‌های دیپلماسی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی	دیپلماسی اقتصادی	دیپلماسی اقتصادی	دیپلماسی اقتصادی فعال	نقش فعال سفارت‌خانه‌ها در دیپلماسی اقتصادی	۰	P1,p3,p4,p5,p6,p7, ...	
				دیپلماسی اقتصادی فعال در داخل وزارت خارجه	۵	P2,p4,p5,p7,p8, ...	
			بهبود روابط خارجی و ارتباطات بین‌الملل	بهبود روابط خارجه	۸	P1,p2,p3,p5,p7,p18, ...	
				روابط خارجه	۸	P1,p2,p3,p4,p6,p20, ...	
				استفاده از ظرفیت کشورها	۴	P3,p5,p8,p9,p10, ...	
			دیپلماسی همسایگان	دیپلماسی همسایگان	ارتباط قوی با همسایگان	۰	P1,p2,p3,p4,p5, ...
					استفاده از ظرفیت همسایگان	۰	P1,p2,p3,p5,p6,p7, ...



متغیر وابسته	بُعد	مؤلفه‌ها	مقوله اصلی (مقوله‌ها)	مقوله فرعی (مفاهیم)	فراوانی تکرار	نمونه منبع کُد	
		دیپلماسی تحریم‌شکنی		استفاده از فرصت‌های همسایگان و هم‌پیمانان در کنار هزینه‌کردن‌ها	۱	P1,p2,p3,p4,p5,p6, ...	
				بزند ملی	۷	P3,p4,p6,p7,p8,p9, ...	
			تشکیل اتحادیه‌ها	اتحادیه‌های چندجانبه	۲	P2,p4,p7,p8,p9,p11, ...	
				ای و فرا منطقه‌ای	۴	P1,p4,p6,p7,p8,p9, ...	
			سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی	سازمان‌های بین‌المللی	سازمان‌های بین‌المللی	۵	P1,p3,p4,p6,p7,p8,p9, ...
					نیادهای بین‌المللی	۲	P3,p6,p7,p9,p11, ...
					سازمان‌های منطقه‌ای	۶	P2,p4,p5,p6,p8, ...
جایگزینی دلار			کشورها در قراردادها استفاده از پول رایج	۷	P1,p3,p5,p7,p8,p9,p10, ...		



متغیر وابسته	بُعد	مؤلفه‌ها	مقوله اصلی (مقوله‌ها)	مقوله فرعی (مفاهیم)	فراوانی تکرار	نمونه منبع کُد		
			توریسم و گردشگر خارجی	استفاده از واحد پولی غیر از دلار	۳	P2,p3,p6,p7,p8, ...		
				تسهیل شرایط پذیرش توریسم	۸	P1,p2,p3,p4,p5, ...		
				حمایت از توریسم	۷	P1,p2,p3,p4,p6, ...		
				رفع موانع جذب گردشگر	۰	P1,p2,p3,p5,p6,p7, ...		
				جذب گردشگر سلامت	۷	P1,p3,p5,p7,p8,p10, ...		
			خنثی کردن تحریم‌ها			دور زدن تحریم‌ها	۷	P1,p3,p5,p6,p8,p9, ...
						مصلاحه و سازش با کشورهای	۰	P1,p2,p3,p4,p5, ...
						ایجاد هزینه برای تحریم کنندگان	۵	P4,p6,p8,p9,p11, ...
						استفاده از دانشگاه‌ها برای انتقال فناوری	۴	P2,p3,p6,p7,p8, ...
						دیپلماسی علمی		
دیپلماسی علم و فناوری								



متغیر وابسته	بُعد	مؤلفه‌ها	مقوله اصلی (مقوله‌ها)	مقوله فرعی (مفاهیم)	فراوانی تکرار	نمونه منبع کُد
دیپلماسی فرهنگی	مدیریت بی‌فرهنگی و ارتباطات بین‌الملل	دیپلماسی فرهنگی	قراردادهای دولتی با خارجیان	مصرف محصولات خارجی به‌شرط انتقال فناوری تولید	۵	P3,p4,p8,p11,p13, ...
				ظرفیت‌های چند فرهنگی	۵	P2,p4,p6,p8,p9,p11, ...
				قراردادهای دولتی	۴	P1,p2,p4,p6,p8,p9, ...
				خدمات فنی-مهندسی	۴	P2,p3,p5,p7,p8, ...
				داشتن فناوری جدید	۴	P1,p4,p7,p9,p12, ...
				بخش خصوصی فعال در سطح بین‌الملل	۵	P2,p4,p6,p7,p8,p9, ...
مؤلفه‌ها			مقوله اصلی (مقوله‌ها)	استفاده از دانشجویان برای انتقال فناوری	۴	P1,p3,p5,p6,p9,p10, ...
				اتاق‌های بازرگانی بخش خصوصی		
				قراردادهای دولتی با خارجیان		
بُعد						
مؤلفه‌ها						
مقوله اصلی (مقوله‌ها)						
مقوله فرعی (مفاهیم)						
فراوانی تکرار						
نمونه منبع کُد						



متغیر وابسته	بُعد	مؤلفه‌ها	مقوله اصلی (مقوله‌ها)	مقوله فرعی (مفاهیم)	فراوانی تکرار	نمونه منبع کُد
				فناوری‌های جدید و بازنگران غیردولتی	۳	P2,p3,p6,p7,p8, ...
			رفع آبروز سیاسی	جلوگیری از ایران هراسی	۵	P1,p2,p3,p5,p7,p8, ...

*منبع: تحقیقات پژوهش

کدگذاری نظری (روایت نظری)

کدگذاری نظری بر اساس نتایج کدگذاری در دو مرحله قبلی و مرحله اصلی نظریه‌پردازی 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، بیان‌دیشیم (گلایزر و هلتنون، ۲۰۰۵؛ طالاری و همکاران، ۱۳۹۵). هدف از پژوهش حاضر در مرحله کیفی، شناسایی و تبیین مؤلفه‌های بُعد دیپلماسی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی بود. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که یکی از ابعاد مهم برای «کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی»، بُعد «دیپلماسی» است که دارای مؤلفه‌های: ۱. دیپلماسی اقتصادی (دیپلماسی اقتصادی فعال، بهبود روابط خارجی و ارتباطات بین‌الملل، دیپلماسی همسایگان، برند ملی)، ۲. دیپلماسی تحریم‌شکنی (تشکیل اتحادیه‌ها، سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی، جایگزینی دلار، توریسم و گردشگر خارجی، خنثی کردن تحریم‌ها)، ۳. دیپلماسی علم و فناوری (دیپلماسی علمی، اتاق‌های بازرگانی بخش خصوصی، قراردادهای دولتی با خارجیان)، ۴. دیپلماسی فرهنگی (مدیریت بین فرهنگی و ارتباطات بین‌الملل، رفع ایران هراسی)؛ می‌باشد.

¹. Glaser & Holton



برازش پژوهش

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

۱- مشارکتی بودن پژوهش! همان‌گونه که ذکر شد در فرایند پژوهش، رویکردی رفت و برگشتی غالب بود و از نظرات و دیدگاه‌های مشارکت‌کنندگان در مراحل مختلف تحلیل استفاده شد.

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

۳- تطبیق توسط اعضا! فرآیند تحلیل داده‌ها، مدل نهایی، گزارش نهایی توسط برخی از صاحب‌ه‌شوندگان و مشارکت‌کنندگان در تحقیق موردبررسی و بازبینی و تأیید قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش مرحله کمی

تعداد کل جامعه آماری ۳۸۴ نفر می‌باشند. توصیف آماری نمونه با استفاده از متغیرهای جمعیت شناختی تحقیق شامل: جنسیت، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، سابقه کار در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۶: مشخصه‌های جمعیت شناختی نمونه آماری (تعداد ۳۸۴ نفر)

متغیرهای جمعیت شناختی	تعداد (فراوانی)	درصد (فراوانی نسبی)	متغیرهای جمعیت شناختی	تعداد (فراوانی)	درصد (فراوانی نسبی)		
جنسیت	مرد	۲۸۲	وضعیت تأهل	مجرد	۱۰۰		
	زن	۱۰۲		متاهل	۲۸۴		
	وضعیت تأهل	دیپلم و زیر دیپلم		۱۰	سطح تحصیلات	کاردانی	۵
		کاردانی		۱۷		کارشناسی	۱۲۷
کارشناسی	۳۲	کارشناسی ارشد	۱۷۴				
کارشناسی ارشد	۳۲	دکتر	۶۸				
دکتر	۳۲						

1. Collaboration

2. Peer Debriefing

3. Member checking



تجزیه و تحلیل داده‌ها (یافته‌ها)

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 پنج‌درجه‌ای 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 اعتبار یابی 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 به دست آمده حکایت از پایایی قابل قبول ابزار دارد (ضریب آلفای کرونباخ = ۰/۹۸). معمولاً آلفای کرونباخ بین ۰/۷ تا ۰/۸ قابل قبول و بالاتر از ۰/۸ نشان‌دهنده پایایی بالا می‌باشد. بدیهی است هرچه این عدد به یک نزدیکتر باشد بهتر است.

پرسشنامه تأیید شده جهت تکمیل به دو صورت چاپی و الکترونیکی در اختیار خبرگان قرار داده شد و در نهایت ۳۸۴ پرسشنامه تکمیل شده دریافت گردید. داده‌های حاصل از پرسشنامه با دو روش تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی مورد تحلیل قرار گرفتند. در تحلیل عاملی اکتشافی، ابتدا باید از این مسئله اطمینان یافت که می‌توان داده‌های موجود را برای تحلیل به کاربرد؟ بدین منظور از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده می‌شود.

جدول ۷: نتایج شاخص KMO و آزمون بارتلت

نتیجه	ملاک	مقادیر مشاهده شده	پیش فرض
تائید	بیش از ۰/۷۰	۰/۹۳۳	شاخص KMO جهت مناسب بودن اندازه نمونه
-	-	1.455E4	مقدار خی دو
-	-	۱۸۹۱	درجه آزادی
تائید	کمتر از ۰/۰۵	۰/۰۰۰	سطح معناداری (p)



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 پیش‌گفته استفاده شد.

جدول ۸: پایایی و روایی پرسشنامه

AVE	Composite Reliability=CR پایایی ترکیبی (مرکب)	Reliability Statistics		شماره	متغیرها
		ضریب آلفای کرونباخ	تعداد گویه		
-	-	۰/۹۶۸	۶۲	۶۲-۱	کل پرسشنامه
۰/۶۰	۰/۸۵۹	۰/۷۷۸			دیپلماسی اقتصاد مقاومتی

برای تأیید روایی همگرا باید ۳ قاعده زیر برقرار باشند: AVE بزرگ‌تر از ۰/۵، CR بزرگ‌تر از ۰/۷ و CR بزرگ‌تر از AVE (غفوریان شاگردی و همکاران، ۱۳۹۷:۶۷). با توجه به برقرار بودن همه‌ی موارد با این شرایط روایی همگرایی پژوهش تأیید می‌گردد.

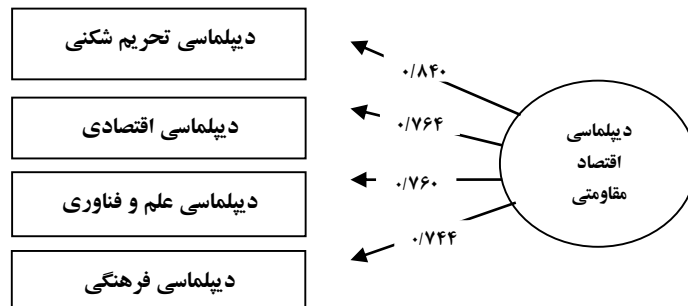
روایی واگرا وقتی در سطح قابل‌قبول است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر (مربع مقدار ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) در مدل باشد (عبدی و هاشمی، ۱۳۹۵: ۹). یافته‌های مربوط به واگرا یا اعتبار تشخیصی^۱ که توانایی مدل را در میزان افتراق متغیرهای پنهان می‌سنجد حاکی از تأیید روایی واگرا بود. روایی واگرای پژوهش به روش «فورنل و لارکر» برای این بُعد برابر ۰/۷۸ بود.

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 روش الگوریتم در نرم‌افزار Smart PLS استفاده گردید. شدت تأثیر بین ۰ تا ۱ قرار دارد و هر چه به عدد ۱ نزدیک‌تر باشد قوی‌تر است (حق شناس کاشانی، ۱۳۹۸: ۴۰).



^۱.discriminant validity



شکل ۲: شدت تأثیر هر مؤلفه در حالت خروجی الگوریتم در نرم‌افزار *Smart PLS*

میزان شدت تأثیر و رتبه‌بندی اولویت‌ها بر اساس جدول زیر است.

جدول ۱۲: میزان شدت تأثیر و رتبه اولویت‌بندی مؤلفه‌های بُعد دیپلماسی اقتصاد مقاومتی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی

مؤلفه	دیپلماسی تحریم شکنی	دیپلماسی اقتصادی	دیپلماسی علم و فناوری	دیپلماسی فرهنگی
شدت تأثیر	۰/۸۴۰	۰/۷۶۴	۰/۷۶۰	۰/۷۴۳
رتبه اولویت‌بندی	۱	۲	۳	۴

*منبع: تحقیقات پژوهش

۵- بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

دیپلماسی در راستای مفهوم‌سازی، اجرا و پیاده‌سازی مؤلفه‌های برون‌گرایی و درون‌زایی اقتصاد مقاومتی است. تعامل سازنده و مؤثر نظام اقتصاد مقاومتی با جهان جهت تحقق مؤلفه‌های برون‌گرایی و درون‌زایی خود، نیازمند داشتن دیپلماسی هم‌راستا با آرمان‌ها و ارزش‌ها و مبتنی بر مصالح بلندمدت نظام اقتصاد مقاومتی است.

هدف از این پژوهش شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های دیپلماسی اقتصاد مقاومتی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی بود. بررسی پیشینه پژوهش نشان داد تاکنون پژوهشی در حوزه کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی با رویکرد شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های دیپلماسی اقتصاد مقاومتی صورت نپذیرفته است؛ بنابراین در این تحقیق ابتدا در بخش کیفی پژوهش با استفاده از روش نظریه داده بنیاد با رویکرد کلاسیک (گلیزری) مؤلفه‌های اثرگذار بر بُعد دیپلماسی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی احصاء گردید. به‌منظور دستیابی به این مؤلفه‌ها، با روش کیفی مصاحبه‌های عمیق و مفصل اکتشافی با ۲۵ نفر از خبرگان حوزه



کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی انجام شد. نتایج و یافته‌های حاصل از بخش کیفی پژوهش نشان داد که دیپلماسی اقتصاد مقاومتی متشکل از چهار مؤلفه: دیپلماسی تحریم‌شکنی، دیپلماسی اقتصادی، دیپلماسی علم و فناوری، دیپلماسی فرهنگ است که هر یک از آن‌ها نیز از شاخص‌های مختلفی جهت ایجاد شناخت بیشتر این مؤلفه‌ها تشکیل شده است.

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 محقق ساخت‌یافته توسط ۳۸۴ نفر از خبرگان تکمیل و در نهایت شدت تأثیر هر مؤلفه با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری محاسبه و اولویت آن مشخص گردید. نتایج پژوهش نشان داد مؤلفه‌های بُعد دیپلماسی اقتصاد مقاومتی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی شامل چهار مؤلفه به ترتیب اولویت: ۱. دیپلماسی تحریم‌شکنی (تشکیل اتحادیه‌ها، سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی، جایگزینی دلار، توریسم و گردشگر خارجی، خنثی کردن تحریم‌ها) با شدت تأثیر ۰/۸۴۰، ۲. دیپلماسی اقتصادی (دیپلماسی اقتصادی فعال، بهبود روابط خارجی و ارتباطات بین‌الملل، دیپلماسی همسایگان، برند ملی) با شدت تأثیر ۰/۷۶۴، ۳. دیپلماسی علم و فناوری (دیپلماسی علمی، اتاق‌های بازرگانی بخش خصوصی، قراردادهای دولتی با خارجیان) با شدت تأثیر ۰/۷۶۰، ۴. دیپلماسی فرهنگی (مدیریت بین فرهنگی و ارتباطات بین‌الملل، رفع ایران‌هراسی) با شدت تأثیر ۰/۷۴۴؛ است.

۱. **دیپلماسی تحریم‌شکنی**^۱: یکی از علل اساسی شکست تحریم‌های اقتصادی، تحریم‌شکنی کشورهای تحریم شده است (کازرونی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۱). تحریم‌شکنی زمانی اتفاق می‌افتد که اشخاص یا کشور تحریم شده با یافتن شرکای تجاری جایگزین یا ابداع روش‌های حفظ روابط موجود با وجود تحریم‌ها، محدودیت‌های تحریم را دور بزنند. در ادبیات تحریم، به‌طور معمول تحریم‌های اقتصادی به‌عنوان سلاحی اقتصادی در میدان مبارزه غیرنظامی هستند که دیپلماسی را از گفتگو فراتر برده و وارد عمل می‌کنند. در این شرایط دیپلماسی تحریم‌شکنی باعث می‌گردد که اثرات تحریم کم‌تر شده و راه‌هایی برای گشایش در عرصه‌های مختلف برای کشور تحریم شده فراهم گردد. ۲. **دیپلماسی اقتصادی**: یکی از



1. Iran phobia

2. Sanction-Busting Diplomacy

سیاست‌های کارآمد و راهبردی برای کسب امتیاز در صحنه رقابت اقتصاد جهانی برای پیشرفت اقتصادی، از تلاقی دو حوزه اقتصاد و سیاست خارجی با عنوان «دیپلماسی اقتصادی»^۱ حاصل می‌شود.

تعامل سازنده و مؤثر جمهوری اسلامی ایران با جهان در شرایط تحریم، نیازمند داشتن راهبردهای تجارت بین‌الملل هم‌راستا با آرمان‌ها و ارزش‌ها و مبتنی بر مصالح بلندمدت نظام اسلامی است (سیف و حافظیه: ۱۳۹۲: ۱۸۳). دیپلماسی اقتصادی به دنبال تبدیل کردن منابع قدرت موجود در حوزه اقتصاد به قدرت واقعی و در نتیجه، افزایش اقتدار یک ملت است (سمیعی نسب، ۱۳۹۳: ۱۱۵). دیپلماسی اقتصادی مجموعه‌ای از شیوه‌ها و اعمالی است که هدف آن پیشبرد منافع اقتصادی خارجی کشور است (سمیعی نسب، ۱۳۹۳: ۱۳۴). دیپلماسی اقتصادی یک موضوع تعیین‌کننده در استراتژی اقدام هر کشور در سطح بین‌المللی برای تحقق منافع ملی است. دیپلماسی اقتصادی به معنای فصل مشترک دیپلماسی و منافع اقتصادی در راستای منافع ملی است. دیپلماسی اقتصادی به مفهوم شناساندن ظرفیت‌های داخل کشور به خارجی‌ها جهت سرمایه‌گذاری و صادرات و همچنین شناسایی امکانات و ظرفیت‌های کشور دوم و بهره‌برداری از امکانات بالقوه و بالفعل آن کشور جهت توسعه اقتصاد ملی است. دیپلماسی اقتصادی عبارت است از: اقدامات رسمی دیپلماتیکی که اولاً دسترسی به بازارهای خارجی را برای کسب‌وکارهای ملی تسهیل می‌کنند، ثانیاً در تلاش برای جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی هستند و ثالثاً بر اثرگذاری روی قوانین بین‌المللی در راستای پیشبرد منافع ملی تأکید می‌نمایند. ۳. **دیپلماسی علم و فناوری**:^۲ دیپلماسی علم و فناوری یعنی استفاده از همکاری‌های علمی، تعاملات و ارتباطات به‌عنوان ابزاری در جهت ایجاد روابط بین‌المللی سازنده و شامل اقداماتی از قبیل تبادلات دانشگاهی میان کشورها، پروژه‌های تحقیقاتی مشترک و ... باشد (ادواردز،^۳ ۲۰۱۲: ۲). دیپلماسی علمی استفاده از همکاری‌های علمی در میان کشورها برای حل مشکل‌های مشترکی است که بشریت قرن بیست‌ویک با آن روبروست (فدوروف،^۴ ۲۰۰۹). معاونت تبادل و تحقیق علمی فرانسه^۵ در تعریفی معتقد است: دیپلماسی علم و فناوری به معنای استفاده و کاربرد همکاری‌های علمی برای کمک به ساخت پل‌ها و افزایش روابط میان جوامع و باعلاقه خاص به کار در حوزه‌هایی که ممکن است سازوکارهای دیگر برای تعامل در سطح رسمی وجود نداشته باشد می‌باشد (دهشیری و نشاسته

^۱. Economic Diplomacy

^۲. Science and Technology Diplomacy

^۳. Edwards

^۴. Fedoroff

^۵. Scientific Exchanges and Research Department - SERD



سازان، ۱۳۹۷: ۱۰۴). سه متغیر شامل علم، فناوری و سیاست خارجی به‌عنوان سه پیشران اصلی تعیین‌کننده در ترسیم چهارچوب دیپلماسی علم و فناوری همه کشورها بوده‌اند. در واقع دیپلماسی علم و فناوری حاصل برهم‌کنش این سه مفهوم است (صنیع‌اجلال، ۱۳۹۶: ۲۱۱). موضوع اصلی «دیپلماسی علم و فناوری» استفاده از ظرفیت‌های علم و فناوری برای تحقق اهداف سیاست خارجی می‌باشد. در دیپلماسی علم و فناوری محور اصلی علم و فناوری است و به دنبال افزایش دانش و توسعه علم و فناوری است. دیپلماسی علم و فناوری شامل: ۱. به‌کارگیری علم و فناوری برای اهداف دیپلماتیک به معنای اینکه علم و فناوری به‌عنوان دارایی و ابزار دیپلماتیک است، ۲. علم و فناوری به‌عنوان منبع قدرت نرم، ۳. دیپلماسی فرهنگی؛ دیپلماسی فرهنگی روایت داستان یک تمدن برای صاحبان سایر تمدن‌ها با استفاده از ابزارهایی از جنس همان تمدن است. دیپلماسی فرهنگی آنگاه معنا و مفهوم واقعی خود را پیدا می‌کند که کشوری برای انتقال غنای نهفته در فرهنگ و تمدن خود با استفاده از سازوکارها و ابزارهایی از همان جنس به معرفی و انتقال آن به سایر ملل می‌پردازد و آن را در سیاست خارجی خود لحاظ می‌کند (ابوالحسن شیرازی، ۱۳۹۶: ۱۳). دیپلماسی فرهنگی نمونه بارز و اعلا‌ی اعمال قدرت نرم است که به کشورها این امکان و توان را می‌دهد که در طرف مقابل نفوذ کنند و او را از طریق عناصری چون فرهنگ، ارزش و ایده‌ها ترغیب به همکاری کنند. نتایج پژوهش با یافته‌های پژوهش‌های: طوفان (۱۳۹۵)، قاسمی (۱۳۹۶)، صبوری و صالحیان (۱۳۹۶)، حاجی-یوسفی و خانی جوی‌آباد (۱۳۹۷) همسو می‌باشد.

یافته‌های این پژوهش مؤید آن است که برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی، دیپلماسی اقتصاد مقاومتی بسیار حائز اهمیت است و دیپلماسی بر ظهور و عملکرد کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی تأثیر دارد و به‌منظور افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه و کاهش چالش‌های موجود، جمهوری اسلامی می‌باید با ایجاد پیوستگی‌های متقابل و همکاری‌های منطقه‌ای و بین‌المللی در حوزه‌های تحریم‌شکنی، اقتصادی، علم و فناوری و فرهنگ به‌عنوان عوامل محرک برای فعالیت‌های کارآفرینانه و کاهش اثرات تحریم‌ها ایجاد نماید.

آنچه پژوهش حاضر را از سایرین متمایز می‌سازد: ۱. توجه توأمان به علم کارآفرینی، اقتصاد مقاومتی و اقتضات کشور ایران است که بر تمامی مؤلفه‌ها تأثیرگذار است ۲. مجموعه مؤلفه‌هایی که دیپلماسی وزارت خارجی 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 و دیپلماسی را بشناسند.



این پژوهش زمینه‌ای برای مطالعات تکمیلی را فراهم نموده است که هر یک از آن‌ها به ارتقاء دانش کارآفرینی و دیپلماسی اقتصادی مقاومتی کمک خواهند نمود. بر این اساس پیشنهادهای زیر ارائه می‌شوند: به مجموعه دولت و تمامی وزارتخانه‌ها به‌طور کلی و وزارت امور خارجه به‌طور اخص پیشنهاد می‌شود با توجه به مؤلفه‌هایی که به دست آمد در سیاست‌های کلان آن‌ها را مدنظر داشته باشند. به مجلس در حوزه قانون‌گذاری پیشنهاد می‌شود با توجه به مؤلفه‌هایی که به دست آمد اولاً قوانین جاری را در راستای آن‌ها تعدیل نماید و ثانیاً قوانین موردنیاز ضروری در این زمینه را وضع نماید و در حوزه نظارت پیشنهاد می‌شود که نظارت‌های خود را برای اجرای دقیق قوانین و همچنین اهداف دیپلماسی اقتصادی مقاومتی قوی‌تر و منسجم‌تر نماید.



۶- منابع

- بیانات مقام معظم رهبری، از سال ۱۳۸۷ الی ۱۳۹۸

۱-۶- منابع فارسی

مقاله‌ها

۱. آقایی مجید، مهدیه رضاقلی‌زاده، مجید مجیدرضایی (۱۳۹۷)، بررسی تأثیر تحریم‌های اقتصادی و تجاری بر روابط تجاری ایران و کشورهای شریک عمده تجاری، **فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی**، دوره ۸، شماره ۲۸، پاییز ۹۷، صص ۴۹-۶۸ ابوالحسن شیرازی حبیب اله (۱۳۹۶)، دیپلماسی فرهنگی و نقش انجمن‌های دوستی در روابط بین‌الملل، **فصلنامه مطالعات روابط بین‌الملل، سال دهم**، شماره ۳۸، تابستان ۱۳۹۶، صص ۹-۳۸.
۲. اسلامی محسن، فرزانه نقدی (۱۳۹۵)، ابزار تحریم و سیاست خارجی امریکا در قبال ایران، **فصلنامه روابط خارجی**، سال ۸، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۵، صص ۷۱-۳۷.
۳. ایدلخانی یاسمن، پیمان اخوان، رضا حسنوی (۱۳۹۵)، مدل ترکیبی دانش و اقتصاد مقاومتی: رویکردی مناسب برای مواجهه با بحران‌ها در جمهوری اسلامی ایران، **دو فصلنامه مدیریت بحران**، شماره ۶۵، پاییز و زمستان ۱۳۹۵.
۴. بهادری علی (۱۳۹۷)، پژوهش کیفی داده بنیاد «کدگذاری» و اهمیت، مراحل و شیوه اجرای آن در کارورزی دانشگاه فرهنگیان، **دو فصلنامه راهبردهای نوین تربیت‌معلمان**، سال چهارم، شماره ۵، بهار و تابستان ۱۳۹۷، ۸۸-۹۶.
۵. ترک‌زاده جعفر، فاطمه عبد شریفی (۱۳۹۷)، بافت‌نگاری اقتصاد مقاومتی به‌مثابه یک نظام رفتاری، **دو فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات اقتصاد اسلامی**، سال یازدهم، شماره اول، پیاپی ۲۱، پاییز و زمستان ۱۳۹۷، صص ۱۱۳-۱۴۰.
۶. ترک‌زاده جعفر، جعفر جهانی، الهام حیدری، رحمت‌اله مرزوقی، مهدی محمدی (۱۳۹۷)، طراحی و اعتبار یابی ابزار سنجش نظارت راهبردی در مراکز آموزش غیررسمی، **راهبرد فرهنگ**، شماره ۴۳، پاییز ۱۳۹۷، صص ۱۵۵-۱۷۶.
۷. پورمنافی احمد، داود دعاگویان، محمد سهرابی (۱۳۹۷)، بازشناسی مؤلفه‌های فرهنگ دفاعی و قدرت ملی در منظومه فکری مقام معظم رهبری، **فصلنامه راهبرد**، سال بیست و هفتم، شماره ۸۸، پاییز ۱۳۹۷، صص ۱۸۳-۱۶۱.



۸. جعفری راد علی، عادل زاهد بابلان، 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.
- 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.
۹. حاجی یوسفی امیرمحمد، محمود خانی جوی‌آباد (۱۳۹۷)، اقتصاد سیاسی سیاست خارجی هند در عصر جهانی‌شدن اقتصاد، **روابط خارجی**، سال دهم، شماره ۳۸، تابستان ۱۳۹۷، صص ۱۰۵-۱۳۳.
۱۰. داوند محمد، سید مسعود موسوی‌شفائی (۱۳۹۶)، تأثیر دیپلماسی اقتصادی پسامدرن بر تحقق اهداف اقتصاد داخلی ایالات متحده آمریکا (۲۰۰۹ - ۲۰۱۲ م)، **فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی**، دوره ۷، شماره ۲۴، پاییز ۹۶، صص ۹۳-۱۱۳.
۱۱. زمانی ابوالفضل، سمانه فرهادی (۱۳۹۵)، ژئوپلیتیک انرژی جمهوری اسلامی ایران عرصه‌ای برای دیپلماسی اقتصادی کارآفرین، دهمین کنگره پیشگامان پیشرفت، تهران، **مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت**.
۱۲. ساغروانی سیما، سعید مرتضوی، محمد لکزیان، فریبرز رحیم نیا (۱۳۹۲)، فهم زوایای نوینی از سازه «ظرفیت مازاد سازمانی»، **فصلنامه علوم مدیریت ایران**، سال هشتم، شماره ۳۲، زمستان ۱۳۹۲، صص ۴۶-۲۷.
۱۳. سلیمی قاسم، مهدی امیری (۱۳۹۶)، مفهوم‌پردازی و تبیین سهم کارآفرینی استراتژیک و مدیریت دانشگاهی در تحقق اقتصاد مقاومتی، **دو فصلنامه پژوهش‌های اقتصاد مقاومتی**، سال اول، شماره ۲.
۱۴. سلیمانی یاسر، حسین زاده یزدی سید سعید (۱۳۹۵)، تبیین رویکردها و مؤلفه‌های سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی بررسی موردی: تبیین بند دوازدهم سیاست‌ها: مؤلفه‌های دیپلماسی اقتصادی، **فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان**، سال چهارم، ویژه‌نامه اقتصاد مقاومتی، پاییز ۱۳۹۵، صص ۱۱۴-۹۱.
۱۵. سمیعی نسب مصطفی (۱۳۹۳)، دیپلماسی اقتصادی راهبرد مقابله با تحریم‌های اقتصادی در منظومه اقتصاد مقاومتی، **فصلنامه آفاق امنیت**، سال هفتم، شماره بیست و پنجم، زمستان ۱۳۹۳، صص ۱۱۵-۱۴۷.



۱۶. سیف‌الله مراد، علی‌اکبر حافظیه (۱۳۹۲)، راهبردهای تجارت بین‌الملل اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران، **فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج**، سال شانزدهم، شماره ۶۰، صص ۱۸۳-۲۱۶.
۱۷. صبحیه 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، صص ۱۰۶-۹۱.
۱۸. صبوری ضیاءالدین، تاج‌الدین صالحیان (۱۳۹۶)، بررسی راهبردی دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران مطالعه موردی: دولت یازدهم و دوازدهم، **فصلنامه پژوهش‌های روابط بین‌الملل**، دوره اول، شماره بیست و چهارم، صص ۱۵۷-۱۳۳.
۱۹. صنیع اجلال مریم (۱۳۹۶)، دیپلماسی علم و فناوری: راهبردی نو در توسعه کشورهای اسلامی، **فصلنامه مطالعات سیاسی جهان اسلام (علمی-پژوهشی)**، سال ۶، شماره ۲۳، پاییز ۱۳۹۶، صص ۱۹۳-۲۱۵.
۲۰. صدیقی ارفعی فریبرز، علی یزدخواستی، مریم نادی راوندی (۱۳۹۳)، پیش‌بینی پذیری میزان تاب‌آوری بر اساس هوش معنوی در دانشجویان و دین‌پژوهان، **فرهنگ در دانشگاه اسلامی**، سال چهارم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۳، صص ۳۷۳-۳۹۰.
۲۱. طوفان مسعود (۱۳۹۵)، جایگاه و ظرفیت سفارت‌خانه‌های مجازی در دیپلماسی نوین، **رسانه**، سال ۲۷، شماره ۲، صص ۱۲۳-۱۳۸.
۲۲. قربانی پرویز (۱۳۹۸)، **ارائه مدلی برای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی**، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، رساله دکترای تخصصی، چاپ‌نشده، ۱۳۹۸.
۲۳. قربانی پرویز (۱۳۹۳)، **تأثیر آموزش کارآفرینی بر انگیزش کارآفرین شدن**، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، چاپ‌نشده، ۱۳۹۳.
۲۴. قربانی پرویز، عبدالله کولوبندی، محمود محمدی، علیرضا سلوک دار (۱۳۹۴)، **آموزش کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی**، همایش ملی مدیریت و آموزش، دانشگاه ملایر.
۲۵. گرم رودی ثابت مولود (۱۳۹۶)، نقش کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی، **فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری**، ویژه‌نامه، صص ۴۵-۵۷.



۲۶. کازرونی سید علیرضا، حسین اصغر پور، اوین خضری (۱۳۹۵)، بررسی اثر تحریم‌های اقتصادی بر ترکیب شرکای عمده تجاری ایران طی دوره ۱۳۹۲-۱۳۷۱، **فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی**، شماره ۷۹، تابستان ۱۳۹۵، صص ۳۳-۱.
۲۷. محمدی نریمان، توحید علیزاد، فردوس حاتمی طاهر (۱۳۹۵)، **عودلاجان؛ روایت مرگ یک محله، پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی**، صص ۹۹-۱۲۱.
۲۸. 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.
۲۹. مهربابی امیر حمزه، حسین خنیفر، علی‌نقی امیری، حسن زارعی‌متین، غلامرضا جندقی (۱۳۹۰)، معرفی روش‌شناسی نظریه داده بنیاد برای تحقیقات اسلامی (ارائه یک نمونه)، **مدیریت فرهنگ‌سازمانی**، سال نهم، شماره ۲۳، بهار و تابستان ۱۳۹۰، صفحات ۵ تا ۳۰
- موسوی شفاپی مسعود، همیت ایمانی (۱۳۹۶)، **دیپلماسی اقتصادی، رهیافتی برای افزایش قدرت ملی ایران، فصلنامه راهبرد**، سال بیست و ششم، شماره ۸۴، پاییز ۱۳۹۶، صص ۱۴۹-۱۷۴.
۳۰. منظور داوود، منوچهر مصطفی پور (۱۳۹۲)، **بازخوانی تحریم‌های ناعادلانه: ویژگی‌ها، اهداف و اقدامات، فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی**، ویژه‌نامه کارنامه اقتصادی دولت، سال یکم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۲.

کتاب‌ها

- عمید زنجانی عباسعلی (۱۳۹۵)، **کتاب: فقه سیاسی: حقوق تعهدات بین‌المللی و دیپلماسی در اسلام**، انتشارات سمت.

منابع اینترنتی

۱. بیانات از سال ۱۳۸۷ الی ۱۳۹۸، آدرس برخط سایت: <http://farsi.khamenei.ir>
۲. زمانی ابوالفضل، سمانه فرهادی (۱۳۹۵) ژئوپلیتیک انرژی جمهوری اسلامی ایران عرصه-ای برای دیپلماسی اقتصادی کارآفرین، مجموعه آثار و مقالات برگزیده دهمین کنگره پیشگامان پیشرفت، صص ۳۹۳۵-۳۹۴۷.
۳. ستاری سورنا (۱۳۹۷)، **همایش سفرا و روسای نمایندگی‌های ایران در خارج از کشور**، مرکز کارآفرینی دانشگاه شریف، ۸ مرداد ۱۳۹۷.



۴. سیمبر رضا (۱۳۹۶)، دیپلماسی اقتصادی کارآفرین، همایش دیپلماسی اقتصادی کارآفرین دانشگاه خوارزمی، دنیای اقتصاد، ۱۳۹۶/۹/۱۴.
۵. عراقچی سید عباس (۱۳۹۶)، هشتمین جشنواره تجلیل و تکریم از کارآفرینان، روزنامه تعادل، استفاده از قدرت دیپلماسی برای اشتغال‌زایی و کارآفرینی، ۱۳۹۶/۹/۴.
۶. قاسمی بهرام (۱۳۹۶)، نقش وزارت امور خارجه در تحقق اقتصاد مقاومتی، سایت خبری ایسنا، ۱۴ فروردین ۱۳۹۶، <https://www.isna.ir/news/96011303229>
۷. قربانی شیخ‌نشین ارسلان (۱۳۹۶)، محورهای دیپلماسی جدید، روزنامه دنیای اقتصاد، شماره ۴۲۰۹، ۱۳۹۶/۹/۱۴.
۸. معصومی‌نیاغلامعلی (۱۳۹۷)، مدیر گروه بانکداری اسلامی دانشگاه خوارزمی، روزنامه جهان اقتصاد، ۹۷/۲/۲۶.

۲-۶- 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. Creswell, W.j. (2007); **qualitative inquiry and research design**, sage publications.
4. Cobbs, E. (1989). Entrepreneurship as Diplomacy: Nelson Rockefeller and the Development of the Brazilian Capital Market. *Business History Review*, 63(1), 88-121. doi:10.2307/3115427
5. David M. Hart, (2003) Entrepreneurship Policy: What it is and Where it Came from" in *The Emergence of Entrepreneurship Policy*, ed. David Hart (New York: Cambridge University Press), p. 8. Hart (New York: Cambridge University Press, 2003), p. 5
6. Douglas, D. (2003). Inductive theory generation: A grounded approach to business inquiry?. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 2(1): 47-54.
7. Fernández, Walter D. (2004), Using the Glaserian Approach in Grounded Studies of Emerging Business Practices. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 2(2).



8. 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.
9. Kraus, Sascha & Kauranen, Ilkka. "Strategic management and entrepreneurship: Friends or foes?"; *Int. Journal of Business Science and Applied Management*, Volume 4, Issue 1, 2009.
10. Glaser, Barney G. & Strauss, Anselm L. (1965), *Awareness of Dying*. Id. (1967), *The Discovery of Grounded Theory: The Strategies for Qualitative Research*.
11. 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
12. Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (1967), *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*, New York: Aldine de Gruyter.
13. Littunen, H. (2000). *Entrepreneurship and the Characteristics of Entrepreneurial Personality*, United State Greenwood press:
14. Kourosch Esfandiari, Mohamad Sharifi-Tehrani, Stephen Pratt, Levent Altinay, (2019), *Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach*, *Journal of Business Research*, Volume 94, January 2019, Pages 172-182
15. 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.
16. 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>.
17. Petur O. Jonsson, On the Term "Entrepreneur" and the Conceptualization of Entrepreneurship in the Literature of Classical Economics, *International Journal of English Linguistics*; Vol. 7, No. 6; 2017
18. Ramadi KB, Srinivasan S, Atun R(2019), *Health diplomacy through health entrepreneurship: using hackathons to address Palestinian-Israeli health concerns* *BMJ Global Health* 2019;4:e001548.
19. Selden, L. (2005), "On grounded theory - with some malice". *Journal of Documentation*, Vol. 61 No.1, pp. 114-129.
20. Urquhart, C. (2013) *Grounded Theory for Qualitative Research*, London: Sage Publication

