

مطالعه پارامترهای کارآفرینی بر مبنای اقتصاد مقاومتی (مطالعه موردی ایران)

آذین مبلغ ناصری

کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، گرایش بازاریابی، دانشگاه پیام نور واحد دماوند، تهران، ایران

چکیده

این مقاله به بررسی پارامترهای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی می‌پردازد. اقتصاد مقاومتی به‌عنوان یک روش جدید در مدیریت اقتصاد، برای کاهش وابستگی به خارج و تحقق توسعه پایدار، به کار گرفته شده است. در این راستا، پارامترهای کارآفرینی شامل نوآوری، خلاقیت، رشد و توسعه، تجارب قبلی و شبکه‌سازی در این مقاله بررسی شده است. همچنین، نحوه تأثیرگذاری هر یک از این پارامترها بر کارآفرینان در اقتصاد مقاومتی نیز بحث شده است. با مطالعه ادبیات اقتصاد مقاومتی در ایران و ادبیات دیده‌بان جهانی کارآفرینی، مؤلفه‌های اصلی اقتصاد مقاومتی و آخرین شاخص‌های کارآفرینی را استخراج کردیم. سپس با نظرسنجی از خبرگان و با کمک تکنیک دیمتل روابط علی و معلولی مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی را محاسبه کرده و بر این اساس آن‌ها را وزن دهی کردیم. نتایج نشان داد که پارامترهای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی باعث تحول و تغییرات قابل توجه در سطح فرد و سطح سازمان‌ها خواهند شد. غالب پارامترهای مربوط به اشتیاق کارآفرینی (تمایلات کارآفرینی) در بالاترین درجه اهمیت هستند، غالب شاخص‌های مربوط به نگرش‌های کارآفرینی حد وسط بوده و شاخص‌های مربوط به توانایی‌های کارآفرینی اهمیت کمتری دارند.

واژه‌های کلیدی: استراتژی بازاریابی، اقتصاد مقاومتی، شاخص‌های کارآفرینی، اکوسیستم اقتصادی

۱- مقدمه

اقتصاد مقاومتی به‌عنوان یک الگوی اقتصادی جدید، در سال‌های اخیر به دلیل تحریم‌های بین‌المللی و تحریم‌های داخلی، کاهش قابل‌توجه در فروش نفت و همچنین بحران‌های اقتصادی و مالی، به‌عنوان گزینه‌ای برای توسعه اقتصاد کشور مطرح شده است. در این الگو، کارآفرینی به‌عنوان یک عامل مهم در توسعه اقتصاد محسوب می‌شود. با توجه به این مسئله، پژوهش حاضر با هدف بررسی پارامترهای کارآفرینی بر مبنای اقتصاد مقاومتی صورت گرفته است. در این پژوهش، با استفاده از روش تحلیل عاملی تأثیر پارامترهای کارآفرینی شامل خلاقیت، نوآوری، راندمان و رشد بر رشد اقتصاد مقاومتی بررسی شده است. نتایج نشان داد که پارامترهای کارآفرینی به‌طور مستقل و مجتمعاً بر رشد اقتصاد مقاومتی تأثیرگذار هستند. در این پژوهش، تأکید بر اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصاد مقاومتی و نیز شناسایی پارامترهای مؤثر در آن، صورت گرفته است.

در یک اقتصاد پویا، ایده‌ها، محصولات و خدمات همواره در حال تغییر می‌باشند و در این میان کارآفرینی الگویی برای مقابله با تغییرات به ارمغان می‌آورد. در شرایط اقتصاد پیچیده کنونی دنیا، کارآفرینی در یک تعامل چند سویه یعنی هم در مفهوم ایجاد اشتغال، هم در مفهوم ایجاد تحول از راه نوآوری و بهبود فرایندها و هم به‌عنوان عامل کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی به شدت مورد نیاز کشورهای در حال توسعه است. (شین، ۲۰۱۷)

کارآفرینی نقش مهمی را در توسعه اقتصادی بازی میکند، اما تصمیم‌گیری برای کارآفرینی در محیطی ایزوله و خارج از بستر محلی یا منطقه‌ای که فرد در آن حضور دارد، انجام نمی‌پذیرد (اسپیگل، ۲۰۱۵) به عبارت دیگر برای درک این پدیده باید در کنار فعالیت کارآفرینانه افراد، عامل زمینه‌ای را نیز در نظر گرفت. کارآفرینی را میتوان نتیجه تعامل این عوامل در نظر گرفت، پدیده‌ای که حاصل تعامل ویژگی‌های افراد و رویدادهای محیطی است. رویدادهایی که در بستر محیط رخ میدهند و تصمیمات افراد را در انجام فعالیت کارآفرینانه تحت تأثیر می‌گذارند (استم، ۲۰۱۴)

به علت رویدادهای متنوعی که در سطوح اجتماعی، فرهنگی و اقتصاد مقاومتی رخ داده است، امروزه در کشورهای مختلف توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان می‌شود و تقویت کارآفرینی در کسب و کارهای فعلی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه، به شمار می‌آید. در هر محیطی کارآفرینان به صورت بالقوه وجود دارند و باید تلاش کرد که توانایی آنها بیشتر شود و مهمتر از همه ساختارهای سازمانی اقتصادی اجازه دهند که کارآفرینان ابراز وجود کنند و توانایی‌اش را به حالت بالفعل درآورد. افرادی که به استعدادها خود اعتقاد زیادی دارند، اغلب کارآفرینان که مورد حمایت قرار نمی‌گیرند با تشویق و حمایت سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر از دور اقتصادی خارج شده و تصمیم به انفعال یا خروج از بازار اقتصادی می‌گیرند. برای جلوگیری از بروز چنین مشکلاتی و حفظ منابع انسانی توانمند و خلاق، شیوه‌هایی برای ترویج روحیه کارآفرینی که می‌تواند مزیت رقابتی بسیار ارزشمندی داشته باشد مورد نظر است. (ناندوریکر، ۲۰۰۳)

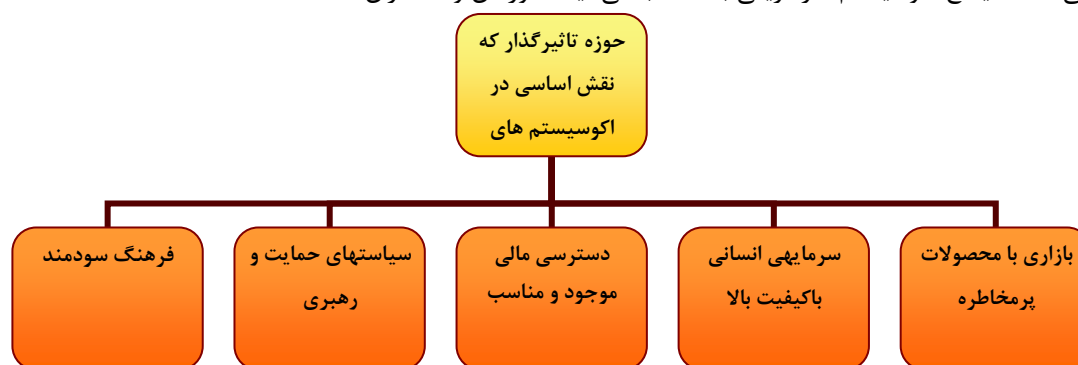
به همین دلیل رهبر معظم انقلاب با مشورت با بزرگان سیاست‌گذاری اقتصادی در ایران، بسته‌سیاستی تحت عنوان اقتصاد مقاومتی را با هدف تأمین رشد پویا و بهبود شاخص‌های مقاومت اقتصادی و دستیابی به اهداف سند چشم‌انداز بیست‌ساله، با رویکردی جهادی، انعطاف‌پذیر، فرصت‌ساز، مولد، درونزا، پیشرو و برون‌گرا ابلاغ فرمود تا با کم‌اثر کردن تحریم‌ها مسیر توسعه اقتصادی را هموار سازد.

اقتصاد دفاعی: تعریفی از اقتصاد مقاومتی، متوجه "هجمه‌شناسی"، "آفندشناسی" و "پدافندشناسی" ما در برابر آن هجمه است. یعنی ما باید ابتدا بررسی کنیم که مخالفان ما حمله به اقتصادمان و اخلاص در آن را چگونه و با چه ابزارهایی صورت می‌دهند. بنابراین وقتی به اقتصاد مقاومتی دست یافته‌ایم که ابزارها و شیوه‌های هجمه‌ی دشمن را پیشاپیش شناخته باشیم و براساس آنها استراتژی مقاومت خود را علیه آنان تدوین و اجرا کنیم. بدیهی است تا آفند دشمن شناخته نشود، مقاومت متناسب با آن نیز طراحی و اجرا نخواهد شد.

۱-۱- بیان مسئله

مقاله حاضر به بررسی پارامترهای کارآفرینی در اقتصاد مقاومتی می‌پردازد. این پژوهش با هدف شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی در شرایط اقتصادی نامساعد و با استفاده از روش‌های آماری و تحلیل عاملی، به بررسی پارامترهای مختلف کارآفرینی از جمله تجربه، شبکه‌سازی، نوآوری، راندمان و سودآوری پرداخته است. همچنین، در این مطالعه به بحث درباره نقش کارآفرینان در توسعه اقتصاد مقاومتی و تأثیر آن‌ها بر رشد و پایداری اقتصاد کشور پرداخته شده است. (روسیر و همکاران، ۲۰۱۰).

اکوسیستم کارآفرینی، به مجموعه افراد، سازمانها، روش‌ها، قوانین، رویدادها و ... در یک محدوده جغرافیایی گفته می‌شود که بر فعالیت‌های کارآفرینی و نه اشتغالزایی در آن منطقه، اثر می‌گذارد. هر نهادی که به طور بالفعل و یا بالقوه مشوق و حامی کارآفرینی است دینفع اکوسیستم کارآفرینی به حساب می‌آید. (مورگان و همکاران، ۲۰۱۵).



نمودار شماره ۱: حوزه تاثیرگذار که نقش اساسی در اکوسیستم‌های کارآفرینی

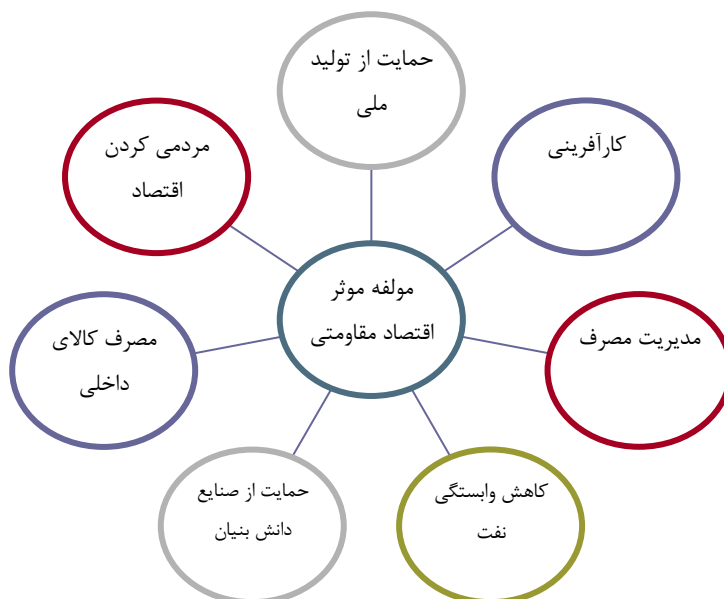
به عبارتی دیگر اکوسیستم کارآفرینی مجموعه‌ای از دورنماهای فرهنگی متمرکز، شبکه‌های اجتماعی، حمایت مالی، دانشگاه‌ها و سیاست‌های اقتصادی فعالی هستند که محیط‌های حمایتی کسب‌وکارها را خلق می‌کند (داوری، ۱۳۹۶). شاخص‌های بین‌المللی کارآفرینی از ابعاد متعددی حائز اهمیت هستند. مدرسی و داودی (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان شاخص‌های دیده بان جهانی کارآفرینی و ارزیابی آن در ایران بیان می‌کنند که شاخص‌های محاسبه شده توسط نهادهای بین‌المللی تا حدودی می‌توانند بیانگر مسیر و وضع مقایسه‌ای فضای کسب و کار کشور به ویژه در مقایسه با دیگر کشورهای جهان باشند. (داوری، ۱۳۹۶).

با توجه به رویکردهای اقتصاد مقاومتی ممکن است فرصتها و چالشهای جدیدی در محیط کارآفرینی پیش آمده و یا تثبیت شود، که این امر شاخص و یا سازمان کارآفرین را برآن وا میدارد که توانیها و ضعف هایش را بازنگری کرده و شرایط خود را بهبود بخشد و حتی این فرصتها و چالشهای جدید ممکن است کارآفرینهای جدید خلق کنند. (مدرسی عالم، ۱۳۹۳)

امروزه کارآفرینی نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است. عصر جدید، عرصه رقابت برسر منابع و سرمایه هاست، کشورهای بزرگ صنعتی که فاتحان این عرصه اند بهره‌وری از منابع و سرمایه‌ها را در سرلوحه کار خود قرار داده‌اند و در پرتو وجود افراد تحصیل کرده و متخصص، چرخه‌ی رشد و توسعه را به حرکت درآورده‌اند و به ابداعات و نوآوری‌هایی دست یافته‌اند. کارآفرینی به‌عنوان یکی از محورهای اصلی رشد و توسعه است و از نظر برنامه‌ریزی توسعه اقتصادی و توسعه پایدار دارای اهمیت است. توجه به تحلیل جامع کسب‌وکار و بوم مدل کسب‌وکار دو الگوی مهم در کارآفرینی موفق است. همچنین متناسب با انواع کسب‌وکارها، در شرایط کنونی راه‌اندازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان وضعیت بهتری برای کارآفرین در آینده به دنبال دارد و در نهایت توجه به این نوع فعالیتها از سوی مردم و مسئولین باعث رونق تولید و شکوفایی اقتصاد کشور خواهد شد. موضوع کارآفرینی و اشتغال در جوامع بشری بدان حد مهم و جدی است که بعنوان یک شاخص در سنجش توسعه یافتگی جوامع مدنظر قرار می‌گیرد و در اغلب موارد نداشتن شغل به منزله عبور از خط فقر تلقی می‌گردد.

۲- مبانی و پیشینه پژوهش

ادبیات توسعه کارآفرینی به سه گروه تقسیم شده است: مطالعات تاثیر فاکتورهای فردی بر موفقیت کارآفرینانه، مطالعات تاثیر فاکتورهای محیطی بر موفقیت کارآفرینانه و عملکرد کارآفرینی و در آخر مطالعات تاثیر فاکتورهای فردی و محیطی بر توسعه کارآفرینی. سومین دسته از ادبیات موجود برای توسعه کارآفرینی را مقوله اکوسیستم کارآفرینی می نامیم. اکوسیستم های کارآفرینی به عنوان یک جنبه معروف برای تشریح ماندگاری یا دوام رشد بالای کارآفرینی در مناطق شناخته میشوند. (مورگان و همکاران، ۲۰۱۵).



نمودار شماره ۲: مؤلفه‌های زیر را برای اقتصاد مقاومتی، (روستا، ۱۳۹۷)

۲-۱- تعاریف

۲-۱-۱- اقتصاد مقاومتی

اصطلاح اقتصاد مقاومتی نخستین بار، توسط رهبر عظیم انقلاب حضرت آیت الله خامنه‌ای در شهریور ۱۳۸۹ (ریاست جمهوری محمود احمدی‌نژاد) به کار برده شد. حضرت آیت الله خامنه‌ای «اقتصاد مقاومتی» را روشی برای مقابله با تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی علیه ایران می‌داند. منتقدان اما این اصطلاح ابداعی حضرت آیت الله خامنه‌ای را غیر علمی و غیرقابل اجرا می‌دانند و آن را از منظر علم اقتصاد فاقد هرگونه تعریفی می‌دانند. این واژه توسط اکثر اقتصاددانان مستقل، واژه‌های مبهم توصیف شده‌است که فقط کاربرد شعاری دارد و در عمل امکان اجرای آن، با توجه به ساختار سیاسی و اقتصادی جمهوری اسلامی ایران نمی‌باشد. (مدرسی عالم، ۱۳۹۳)

طبق این تعریف، منظور از اقتصاد مقاومتی، یک اقتصاد شکست ناپذیر، فعال و پویا است، نه یک اقتصاد منفعل و ضربه پذیر. معمولاً لفظ مقاومت برای دفع موانع پی شرف و کوشش در مسیر حرکت به کار می‌رود. از این رو اقتصاد مقاومتی یعنی تکیه بر توان داخلی و مقاومت در مقابل تهدیدها و تحریم‌ها با ایجاد کمترین بحران در زندگی مردم و اثبات این معنا که فشارها و ضربه‌های اقتصادی از سوی دشمن نمی‌تواند سد راه پیشرفت جامعه ما باشد. اقتصاد مقاومتی یعنی آن اقتصادی که در شرایط فشار، در شرایط تحریم، در شرایط دشمنی‌ها و خصومت‌های شدید می‌تواند تعیین کننده رشد و شکوفایی کشور باشد.

ما باید یک اقتصاد مقاومتی واقعی در کشور به وجود بیاوریم. امروز کارآفرینی معنایش این است. دوستان درست گفتند که ما تحریم‌ها را دور می‌زنیم؛ بنده هم یقین دارم. ملت ایران و مسئولین کشور تحریم‌ها را دور می‌زنند، تحریم‌کنندگان را ناکام می‌کنند؛ مثل موارد دیگری که در سال‌های گذشته در زمینه‌های سیاسی بود که یک اشتباهی کردند، یک حرکتی انجام دادند، بعد خودشان مجبور شدند برگردند، یکی یکی عذرخواهی کنند. چند مورد یادتان هست لابد دیگر. حالا جوان‌ها نمی‌دانند. در این ده بیست سال اخیر، از این کارها چند بار انجام دادند. این دفعه هم همین جور است. البته تحریم برای ما جدید نیست، ما سی سال است تو تحریمیم. همه‌ی این کارهایی که شده است، همه‌ی این حرکت عظیم ملت ایران، در فضای تحریم انجام گرفته؛ بنابراین کاری نمی‌توانند بکنند. خوب، ولی این دلیلی است برای همه‌ی مسئولان و دلسوزان کشور که خود را موظف بدانند، مکلف بدانند به ایجاد کار، به تولید، به کارآفرینی، به پر رونق کردن روزافزون این کارگاه عظیم؛ که کشور ایران حقیقتاً امروز یک کارگاه عظیمی است. همه خودشان را باید موظف بدانند (بهنامی فر، ۱۳۹۸)

۲-۱-۲- کارآفرینی

کارآفرینی (به زبان انگلیسی: Entrepreneurship) به فرایند خلق ارزش جدید (مادی یا معنوی) از طریق یک تلاش متعهدانه با در نظر گرفتن ریسکهای ناشی از آن اطلاق می‌شود. واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی "Entrepreneurs" به معنای "متعهد شدن" نشأت گرفته است.

کارآفرینی فرآیند یا مفهومی است که در طی آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو، خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید با بسیج منابع، به ایجاد کسب و شرکتهای نو، سازمانهای جدید و نوآور رشد یابنده مبادرت می‌ورزد. این امر توأم با پذیرش خطرات است ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا ارائه خدمات به جامعه می‌شود. انگیزه‌های مختلفی در کارآفرین شدن مؤثر می‌باشد که از جمله آنها: نیاز به موفقیت، نیاز به کسب درآمد و ثروت، نیاز به داشتن شهرت، و مهمتر از همه نیازمندی به احساس مفید بودن و استقلال طلبی را می‌توان نام برد. (احمدی، ۱۳۹۵)

کارآفرینی را بعنوان فرایند توسعه محصولات یا بازارهای جدید تعریف می‌کنند. (کوراتکو، ۲۰۱۹) کارآفرینی را بعنوان ایجاد کسب و کارهای جدید در درون چارچوب شرکت‌های مادر توصیف می‌نمایند. (مکگرات، ۲۰۱۵) کارآفرینی را بعنوان ابزار شرکت‌ها برای افزایش ثبات اقتصادی‌شان در بلندمدت تعریف می‌نمایند (آریلا، ۲۰۱۶) معتقد است که کارآفرینی دارای سه بعد می‌باشد که عبارتند از: نوآوری، توسعه محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید و ریسک‌پذیری. همه تعاریفی که از کارآفرینی ارائه شده است تا حدود زیادی نامتناقض بوده‌اند و زاهرا با بررسی پیشینه کارآفرینی پی برد که بیشتر تعاریفی که در زمینه کارآفرینی مطرح شده است، آنرا به عنوان یک فعالیت نوآورانه در محیط اقتصاد مقاومتی یا سازمان معرفی می‌نماید (پیرس، ۲۰۱۳).

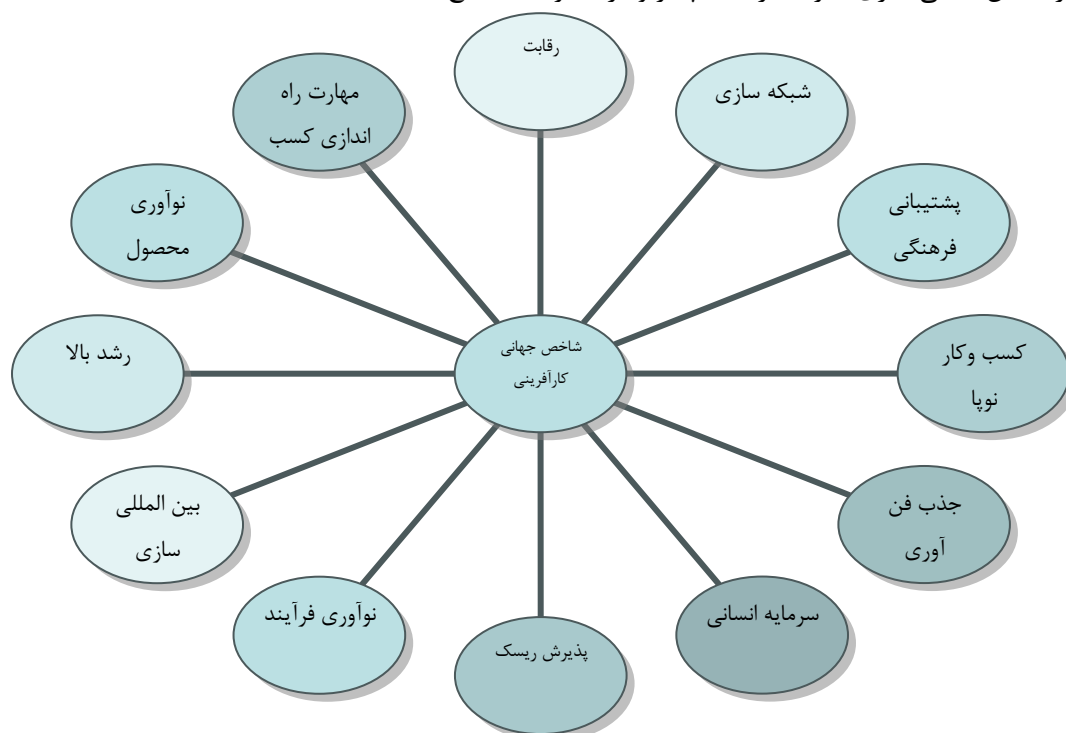
۲-۱-۳- توانمندسازی و فرهنگ کارآفرینی

شرایط اجتماعی و کسب و کار وارد عرصه جدیدی شده است. این عصر، عصر کارآفرینی است. کارآفرینی به عنوان عامل کلیدی رشد و توسعه در عصر مدرن شناخته شده است. از جمله اقدامات لازم برای بکارگیری ابزار کارآفرینی، بستر سازی است و یکی از مهمترین جنبه‌های آن ایجاد بستر فرهنگ کارآفرینی است. بستر فرهنگی مهمترین عامل زیربنایی و یا حتی مبنا و اساس سایر بسترهای لازم برای کارآفرینی می‌باشد.

فرهنگ، مجموعه‌ای از قوانین است که مشخص می‌کند، سازمان یا محیط اقتصاد مقاومتی چگونه وظایف را پیش ببرد، چگونه کارها انجام شود و چه چیز پسندیده و چه چیز ناپسند است. فرهنگ سنتی تصمیم‌گیری محافظه کارانه را مطلوب می‌داند، به عبارت دیگر؛ در چنین فرهنگی بر جمع‌آوری مقدار زیادی اطلاعات به عنوان مبنایی برای تصمیم‌گیری منطقی تاکید می‌شود و تصمیمات مخاطره آمیز غالباً تا وقتی که اطلاعات به اندازه کافی جمع‌آوری نشود به تعویق می‌افتد. (هیسریچ و پیترز، ۲۰۰۲)

۲-۱-۳- شاخص جهانی کارآفرینی

شاخص جهانی کارآفرینی GEI یک اندیکاتور تألیفی است که سلامت اکوسیستم کارآفرینی در یک کشور را از طریق اندازه گیری کیفیت کارآفرینی و میزان و عمق پشتیبان های اکوسیستم کارآفرینانه ارزیابی مینماید. ارکان شاخص جهانی کارآفرینی ایران در سالهای ۲۰۱۷-۲۰۱۸ عبارتند از؛ درک فرصت، مهارت کسب و کارهای نوپا، پذیرش ریسک، شبکه سازی، پشتیبانی فرهنگی، کسب و کار مبتنی بر فرصت، حذف فناوری، سرمایه انسانی، رقابت، نوآوری در محصول، نوآوری در فرآیند، رشد بالا در کسب و کارها، بین المللی سازی، سرمایه ریسک پذیر و درک فرصت. (دهج، ۱۳۹۸)



نمودار شماره ۳: شاخص جهانی کارآفرینی، (روستا، ۱۳۹۷)

۳- مواد و روش ها

در این تحقیق به دنبال رتبه بندی شاخص های کارآفرینی با رویکرد اقتصاد مقاومتی هستیم. همچنین با مطالعه ادبیات اقتصاد مقاومتی به مؤلفه های اصلی آن دست یافتیم. این امر مشخص میکند که در رتبه بندی شاخص های کارآفرینی ما با یک معیار واحد روبرو نیستیم بلکه مؤلفه های اقتصاد مقاومتی میتواند نقش متعدد معیار را داشته باشند. بنابراین ما نیازمند استفاده از روشهای تصمیم گیری چند معیاره هستیم.

۳-۱- جامعه آماری

جامعه آماری ما اساتید رشته اقتصاد و مدیریت استان و کارشناسان اقتصاد و بازرگانی دولت در استان اصفهان بودند، بنابراین چون جامعه آماری خبرگان محسوب میشوند از میانگین ساده نظرات آنها (داده های ماتریس مقایسات زوجی و ماتریس تصمیم گیری) برای تشکیل ماتریسهای نهایی استفاده شد.

۳-۲- روش تحقیق

در این بخش با توجه به تعدد مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی (معیارها) و شاخص‌های کارآفرینی (گزینه‌ها) با هدف کاهش حجم محاسبات، از بین روش‌های رتبه بندی روش تاپسیس برگزیده شد. با نظر به تاثیرگذار بودن مؤلفه‌های اصلی اقتصاد مقاومتی بر یکدیگر در ابتدای امر با کمک روش دیمتل میزان علی بودن و معلول بودن هر یک از مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی را با نظر خبرگان مشخص نموده و سپس براین اساس به وزندهی به این مؤلفه‌ها پرداختیم. بدین طریق مؤلفه ای که اثرگذاری بیشتری بر سایر مؤلفه‌ها دارد وزین تر تشخیص داده شد. بعد از آن با تشکیل ماتریس تصمیم نظر خبرگان را مبنی بر میزان اهمیت هر یک از شاخص‌های کارآفرینی در جهت تحقق هر یک از مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی جویا شدیم. نظرات خبرگان با کمک طیف لیکرد بصورت کمی جمع آوری گردید. در نهایت دو دسته رتبه بندی حاصل شد که یکی مربوط به میزان اثرگذاری مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی بر یکدیگر است و دیگری مربوط به میزان اهمیت شاخص‌های کارآفرینی جهت تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی.

جدول شماره ۱: اولویت بندی نهایی شاخص‌های کارآفرینی

شاخص‌های کارآفرینی	نشان	شاخص‌های کارآفرینی	نشان	شاخص‌های کارآفرینی	نشان
نوآوری در محصول	E	شبکه سازی	K	پذیرش ریسک	L
نوآوری فرآیند	D	سرمایه انسانی	G	سرمایه ریسک پذیر	A
رقابت	F	بین المللی سازی	B	جذب فناوری	H
رشد بالا در کسب و کارها	C	مهارت‌های کسب و کار	M	درک فرصت	N
پشتیبانی فرهنگی	J	کسب و کار نوپا مبتنی بر دانش	I		

۴- یافته‌های تحقیق

آنچه که در طول این تحقیق اتفاق افتاد، برقراری ارتباط بین دو موضوع اقتصاد مقاومتی در ایران و رشد کارآفرینی در جهان بود. قبل از این با چنین نگاهی به این دو مقوله نگریسته نشده بود و مطالعات ادبیات پیشین در این مقوله‌ها مجزای از هم و در دو دسته جداگانه صورت گرفته بود.

برخی مطالعات براساس شاخص‌های جهانی کارآفرینی درجه پیشرفت کارآفرینی در ایران را سنجیده اند و برخی مطالعات به تشریح ابعاد اقتصاد مقاومتی پرداخته اند. از آنجا که شرایط حاکم بر اقتصاد کشور ما به گونه ایست که نمیتوانیم از بسیاری از معادلات اقتصادی دنیا پیروی کنیم. وجود ذخایر ارزشمند انرژی و معادن، تنوع آب و هوایی، پیشینه فرهنگی غنی، جمعیت جوان و موقعیت استراتژیک جغرافیایی در منطقه بخش از فرصت‌های بسیار باارزشی است که اقتصاد کشور ما را متنعم میسازد و زمینه رشد کارآفرینی را فراهم می آورد. از طرف دیگر تحریم‌های ظالمانه ابرقدرتها و به دنبال آن پیمان شکنی برخی کشورهای وابسته به آنها، تهدیدهای اقتصادی و نظامی و ضعف‌های سیستم اداری کشور مشکلات عدیده ای را در اقتصاد کشور ما ایجاد کرده است که مانعی بزرگ بر سر راه کارآفرینان است. مجموع این شرایط خاص سبب شده تا رویکردهای جدیدی در اقتصاد مد نظر قرار گیرد با عنوان اقتصاد مقاومتی. (فردار، ۱۳۸۲)

آنچه که در نهایت حاصل شد اولویت بندی شاخص‌های کارآفرینی مطرح شده از سوی دیده بان جهانی کارآفرینی، بر مبنای رویکرد اقتصاد مقاومتی در استان اصفهان بود. این اولویت بندی که در جدول ۲ در ذیل آمده است، نشان میدهد که شاخص‌های نوآورانه در محصول و فرآیند در بالاترین سطح قرار گرفته و برای تحقق اقتصاد مقاومتی توجه ویژه به این شاخصها از اهمیت بالاتری برخوردار است.

جدول شماره ۲: اولویت بندی نهایی شاخص‌های کارآفرینی

اولویت	شاخص‌های کارآفرینی
۱	نوآوری در محصول
۲	نوآوری فرآیند
۳	رقابت
۴	شبکه سازی
۵	سرمایه انسانی
۶	بین المللی سازی
۷	پذیرش ریسک
۸	سرمایه ریسک پذیر
۹	جذب فناوری
۱۰	رشد بالا در کسب و کارها
۱۱	پشتیبانی فرهنگی
۱۲	مهارت‌های کسب و کار
۱۳	کسب و کار نوپا مبتنی بر دانش
۱۴	درک فرصت

۴-۱- سیاست‌های اجرایی

بخش مددجویی

- ۱- تفکیک و دسته بندی طرح های اشتغال و خودکفایی متناسب با توان اجرایی مددجویان.
- ۲- شناسایی استعداد شغلی مددجویان و میزان توان مهارتی آنها از طریق مشاوره.
- ۳- ایجاد زمینه مناسب جهت اشتغال و کسب درآمد پایدار برای مددجویان از طریق کارایی و اجرای طرح های اشتغال و خودکفایی با اولویت مددجویان روستایی

بخش سازمانی

- ۱- بازاریابی و کمک در فروش محصولات تولیدی مددجویان و همچنین تلاش در جهت کسب سهم بیشتری از بازارهای داخلی و جهانی جهت عرضه محصولات تولیدی مددجویان.
- ۲- اهتمام حوزه های ستادی به امر سیاستگذاری، برنامه ریزی و نظارت بهتر.
- ۳- نظارت مستمر در حسن اجرای طرحهای خودکفایی بمنظور حصول اطمینان از موفقیت طرحها و کیفیت تولیدات با استفاده از اشخاص حقیقی و حقوقی برون سازمانی.

بخش منطقه ای

- ۱- شناسایی و بهره گیری از امکانات بالقوه و بالفعل مناطق مختلف کشور بخصوص محل سکونت مددجویان در امر توسعه اشتغال برای آنها.
- ۲- تلاش در جذب و هدایت اعتبار دولتی، مردمی، تعاونی و بانکها جهت ایجاد اشتغال خصوصاً در مناطق محروم.
- ۳- همبازی در اجرای طرح‌های ویژه استانی و منطقه‌ای که دارای توجیه اقتصادی مثبت بوده و مددجویان قادر به انجام آن می‌باشند.
- ۴- ایجاد تنوع بیشتر در طرحهای اشتغال خودکفایی با رویکرد شناسایی مشاغل و فناوری های جدید متناسب با استعداد و

امکانات مناطق.

طرح‌هایی که طی یک دوره زمانی معین امکان درآمدزایی و خودکفایی خانواده را فراهم آورده و موجب خروج خانواده از پوشش‌های حمایتی امداد شده و به عبارتی سبب خودکفایی خانواده می‌گردد. مدل و قالب طرح‌های خودکفایی عبارتند از: طرح‌های انفرادی شامل: مشاغل خوداشتغالی، مشاغل خانگی و سایر موارد مشابه، طرح‌های گروهی یا تجمعی شامل: مشاغل خانوادگی، طرح‌های تعاونی، انواع شرکتها (سهامی عام، خاص و ...)، مجتمع‌های خدماتی تولیدی، طرح‌های مشارکتی، طرح‌های خوشه‌ای و زنجیره‌ای، طرح‌های تولید بدون کارخانه و سایر موارد (رحیم، نیا، ۱۳۸۸)

۵- بحث و نتیجه‌گیری

در نتیجه این مقاله، مشخص شد که پارامترهای کارآفرینی بر مبنای اقتصاد مقاومتی شامل توانایی‌های فردی، فرهنگی سازمانی، ساختار سازمانی و روابط بازار بسیار مهم هستند. در واقع، این پارامترها به‌عنوان عوامل کلیدی در تحقق اقتصاد مقاومتی و تحولات اجتماعی-اقتصادی نقش دارند.

به طور خلاصه، پژوهش حاضر نشان داد که برای تحقق اقتصاد مقاومتی، لازم است که کارآفرینان با تکیه بر توانایی‌های فردی خود، با فرهنگ سازمانی مناسب و با استفاده از ساختار سازمانی مناسب و روابط بازار قابل قبول به‌عنوان چشم‌انداز آینده خود در حال رشد باشند. در نتیجه، به نظر می‌رسد که بسیار مفید است که دولت و سایر نهادهای مربوطه برای تحقق این هدف، برنامه‌هایی را اجرا کنند که به کارآفرینان در توسعه و رشد کسب‌وکارشان کمک می‌کنند.

نتیجه‌نهایی محاسبات نشان داد که مطابق نظر نخبگان، جهت تحقق اقتصاد مقاومتی، از بین شاخص‌های کارآفرینی دو شاخص نوآوری در محصول و نوآوری در فرآیند بالاترین رتبه را دارا می‌باشند. این بدان معنی است که خبرگان اقتصادی در استان اصفهان حمایت از فعالیتهای نوآورانه را مهمترین موضوع برای پیشبرد اهداف اقتصاد مقاومتی میدانند. شاید بتوان یکی از دلایل چنین نظری از سوی خبرگان را استفاده ناصحیح متولیان امر از وجود معادن فراوان و بازرش در استان اصفهان دانست. گویا به عقیده کارشناسان اقتصادی، شرکت‌های اغلب شرکت‌های معدنی سالهاست به خام‌فروشی مشغول بوده و علیرقم ظرفیت درآمدی

فوقالعاده‌ای که دارند، در بخش تحقیق و توسعه عملکرد قابل قبولی نداشته و نتوانسته‌اند از همه ظرفیتهای خود بهره‌کافی ببرند. نبود نوآوری در محصولات و فرایندهای این شرکت‌ها وابستگی آن‌ها به شرکت‌های خارجی را کم‌نکرده و مقاومت کافی در برابر تحریم‌ها ندارند.

«پذیرش ریسک» در رتبه هفتم اهمیت توجه قرار دارد. متأسفانه عدم حمایت از کارآفرینان، مبتکرین و مخترعین در کشاورزی و بالا بودن احتمال شکست این فعالیتهای پذیرش ریساک را برای کارآفرینان سخت کرده است و سرمایه‌گذاران هم تمایلی به سرمایه‌گذاری در فعالیتهای کارآفرینانه ندارند. همین امر سبب شده تا اهمیت توجه به «سرمایه ریسک» در رتبه هشتم در کنار «پذیرش ریسک» قرار گیرد.

۵-۱- پیشنهادات

با تحلیل میزان اثرگذاری و اثرپذیری مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی، میتوان تحقیقات در زمینه اقتصاد مقاومتی را به سمت مؤلفه‌های اثرگذارتر هدایت کرد. راهکارهای بهبود وضعیت جامعه در هر یک از مؤلفه‌های مطرح شده، بررسی میزان تاثیرات یک مؤلفه بر مؤلفه دیگر در موضوعی خاص و دلیل تاثیرات مؤلفه‌ها بر هم میتواند موضوع مناسبی برای کارهای علمی و تحقیقات دانشگاهی و نیز پایان‌نامه‌ها باشد.

منابع

- ۱- خامنه ای، سید علی. ابلاغ سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی، دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی سیدعلی خامنه ای (مدظله العالی)، موسسه پژوهشی فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳۹۲
۲. مدرسی عالم، زهره. شاخص های دیده بان جهانی کارآفرینی و ارزیابی آن در ایران. فصلنامه سیاستهای مالی و اقتصادی، شماره ۸، ۱۳۹۳، ص ۰۴۶-۰۲۹
۳. علی احمدی، علیرضا. باریده، طاهره. شناسایی و اولویت بندی شاخص های فناوریهای نرم دانش بنیان. نشریه علمی پژوهشی مدیریت فردا، سال شانزدهم، ۱۳۹۵
۴. دهقانی دهج، ابوذر. ۱۳۹۸، اولویت بندی شاخص های کارآفرینی با رویکرد اقتصاد مقاومتی
۵. بابایی زکلیکی محمد علی (سال انتشار بازاریابی بین الملل چاپ، اول، تهران، انتشارات سمت.
۶. بهنامی فر، احمد (سال انتشار بررسی عوامل آمیخته بازاریابی موثر بر خرید تلویزیون ال سی دی) در خانوارهای شهر، تهران پایان نامه کارشناسی، ارشد مدیریت بازرگانی
۷. روستا، احمد ونوس داور و ابراهیمی، عبدالحمید (۱۳۹۷) مدیریت، بازاریابی، تهران سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت).
۸. دیوید فردار (۱۳۸۲) مدیریت استراتژیک ترجمه، پارسایان علی، اعرابی، محمد چاپ، پنجم تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی ص ۳۵۸-۳۸۳
۹. روستا احمد؛ ونوس داور و ابراهیمی عبدالحمید (۱۳۸۰) مدیریت بازاریابی، تهران انتشارات سمت، چاپ پنجم
۱۰. رحیم، نیا، فریبرز، مرتضوی سعید و علوی سیدمسلم (۱۳۸۸)، بررسی تأثیر استراتژی تمایز پورتر بر عملکرد سازمانی از طریق بسته بندی کالاها در شرکتهای مواد غذایی آستان قدس رضوی نشریه مدیریت بازرگانی دوره ۱، شماره ۳، پاییز و زمستان ۱۳۸۸، صفحه ۷۱ تا ۸۶
۱۱. رنجبریان بهرام، براری مجتبی (۱۳۸۸) تأثیر بنیانهای بازاریابی رابطه مند بر وفاداری مشتریان مقایسه بانک دولتی و خصوصی نشریه مدیریت بازرگانی دوره، ۱ شماره ۲: صص ۱۰۰-۸۳
۱۲. سربایی علی و دستمردی مصطفی، (۱۳۸۴) کاربرد روش تحلیل سلسله مراتب فرآیند در حالت فازی برای الویت بندی استراتژی ها، سومین کنفرانس بین المللی مدیریت تهران
۱۳. شیخیان علی کاظم اکبری مسلم و فتحی علی (۱۳۸۸) بررسی تأثیر گذاری بازارگرایی و استراتژی بازاریابی بر عملکرد بانکها اولین کنفرانس بین المللی خدمات بانکی
۱۴. تحریب تواژه نادره علی بابایی محمد علی (۱۳۸۷) تحلیل استراتژی بازاریابی رقابتی از دیدگاه رقابت، مجله مهندسی خودرو، سال اول، شماره ۴
۱۵. عظیم پور، گیتا. (۱۳۹۴) بررسی تأثیر خلاقیت استراتژیک و اثربخشی استراتژی بر عملکرد استراتژی شرکت بازرگانی ایوا،

1.Zoltán, J. László, S. Erkkó, A. Ainsley, L. The Global Entrepreneurship Index 2017. GEDI, 2017

2.Paula Laissy, A. The Regional Entrepreneurship and Development Index –Measuring regional entrepreneurship final report. European Commission, 2013

Studying entrepreneurship parameters based on resistance economy (case study of Iran)

Azin Moballegh Naseri

Master's Degree in Business Management, Marketing, Payam Noor University, Damavand Branch, Tehran, Iran

Abstract

This article examines the parameters of entrepreneurship in the resistance economy. Resistance economy has been used as a new method in economic management to reduce dependence on foreign countries and achieve sustainable development. In this regard, entrepreneurship parameters including innovation, creativity, growth and development, previous experiences and networking have been examined in this article. Also, the effect of each of these parameters on entrepreneurs in the resistance economy has also been discussed.

By studying the literature of the resistance economy in Iran and the literature of the Global Watch of Entrepreneurship, we extracted the main components of the resistance economy and the latest indicators of entrepreneurship. Then, we calculated the cause and effect relationships of the components of the resistance economy by surveying the experts and with the help of Dimtel technique and weighted them accordingly. The results showed that the parameters of entrepreneurship in the resistance economy will cause significant transformation and changes at the level of individuals and organizations. Most of the parameters related to entrepreneurial enthusiasm (entrepreneurial tendencies) are of the highest importance, most of the indicators related to entrepreneurial attitudes are medium and the indicators related to entrepreneurial abilities are less important.

Keywords: Marketing strategy, resistance economy, entrepreneurship indicators, economic ecosystem
