



فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری
دوره ۱۳ / شماره ۱ (پیاپی ۴۹) / بهار ۱۴۰۳
صفحه ۱۷۱ تا ۱۸۸

راهکارهای توسعه سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای نوپا در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی

محمدرضا رنجبر فلاح

استادیار گروه اقتصاد، دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول)
rfallah@pnu.ac.ir

حمیدرضا فتاحی

دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران
fatahi.hamid@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۷/۱۱ تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۲/۱۹

چکیده

امروزه کسب‌وکارهای نوپا در رشد اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته نقش مهمی ایفا می‌کنند و در این میان این نوع کسب‌وکار می‌توانند نقشی تعیین‌کننده در تحقق اقتصاد مقاومتی و برقراری شیوه‌ای مناسب در دفاع اقتصادی ایفا نمایند. بر همین اساس، در پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال هستیم که سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای نوپا چگونه به تحقق اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی کمک می‌کنند؟ پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی است و از روش تحقیق کیفی به شیوه نظریه داده‌بنیاد ساختارمند بهره می‌برد. به این منظور، به اتکای تحلیل مصاحبه‌های عمیق انجام‌شده با ۱۱ نفر مدیران و خیرگان کسب‌وکارهای نوپا، فرایند پدیده در دست مطالعه کشف شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس روش کدگذاری باز، محوری و انتخابی صورت پذیرفت. الگوی به‌دست‌آمده از این پژوهش نشان می‌دهد مقوله اصلی که فصل مشترک کسب‌وکارهای نوپا و اقتصاد مقاومتی است، گرایش به اقتصاد دانش‌بنیان است. در این میان عوامل علی مؤثر در این فرایند شامل مؤلفه‌های ذهنیت صاحب کسب‌وکار، نگاه به داخل، الگوی ارزش‌گرا، ریسک‌پذیری و کار تیمی؛ عوامل محیطی شامل دولت، رسانه، دانشگاه و محیط اجتماعی؛ عوامل واسطه‌ای یا زمینه‌ای شامل شبکه‌سازی، فرهنگ، نهاد های حاکمیتی، سرمایه انسانی، نظام آموزشی و سرمایه اجتماعی؛ راهبردها و اقدامات شامل تأمین مالی، مشاوره مدیریتی، شتاب‌دهنده‌ها، قصد کارآفرینانه و بهره‌وری است که منجر به خلق ارزش اقتصادی و دفاعی و همچنین افزایش تاب‌آوری اقتصادی می‌شود.

واژه‌های کلیدی: کسب‌وکارهای نوپا، اقتصاد مقاومتی، دفاع اقتصادی، نظریه بر خاسته از داده.

۱- مقدمه

در شرایط کنونی کشور به دلیل رشد توانمندی دفاعی و نظامی از یک سو و از سوی دیگر هزینه‌های بی‌نهایت تهاجم نظامی به کشورمان و در یک کلام ناامیدی از دستیابی به نتیجه ملموس از حمله نظامی، استفاده از قابلیت‌های عرصه اقتصادی، در نگاه دشمنان، وزن و اهمیت بیشتری یافته است (بختیاری، ۱۳۹۵). تقابل اقتصادی در برخی از موارد، از جمله مقابله بر خی قدرتهای غربی با جمهوری اسلامی ایران، از حد متعارف آن خارج شده و به جنگ تمام معیار اقتصادی تبدیل شده است. یکی از واقعیت‌های حال حاضر در فضای اقتصاد بین‌الملل، تقابل و درگیری اقتصادی است؛ امری که در فضای ادبیات علمی اقتصاد کمتر بدان پرداخته می‌شود چون فرض بنیادین در علم اقتصاد، آزادی تجارت و دادوستد است.

دفاع اقتصادی در برابر تهدیدات خارجی در سه بعد بازدارندگی، مقابله و توانمندی عینیت پیدا می‌کند (بختیاری، ۱۳۹۵). این مفهوم معمولاً زمانی مورد توجه قرار می‌گیرد که جنگ یا هجوم اقتصادی رخ داده باشد؛ اما حالت بهینه برای دفاع اقتصادی، واکنش فعال قبل از جنگ اقتصادی است؛ به این معنا که کشور باید نقاط ضعف، نقاط استراتژیک و همچنین نقاط آسیب‌پذیر خود را مطالعه کند و قبل از آغاز جنگ اقتصادی اقدام به اصلاح ساختارها، کیفیت نهادهای اقتصادی و ایجاد ساختاری مقاوم نماید (حیدری و درخشان، ۱۳۹۴). به زعم اکثر کارشناسان حوزه دفاع و اقتصاد، راهبرد بومی اقتصاد مقاومتی از مهم‌ترین و کاراترین راهکارهای غلبه بر تهدیدات اقتصادی محسوب می‌شود.

اقتصاد مقاومتی به‌عنوان رکن اصلی جهت‌گیری اقتصادی در راستای استحکام ساختار درونی کشور، تاکتیک کوتاه‌مدت و راهبردی بلندمدت است که در سال ۱۳۸۹ توسط مقام معظم رهبری مطرح شده است. اقتصاد مقاومتی به معنی چشم بستن به جهان خارج و استفاده نکردن از تجربیات سایر کشورها در این زمینه نیست؛ همان‌طور که رهبر معظم انقلاب در جلسه تبیین سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نیز چنین فرمودند: «تکیه بر ظرفیت‌های داخلی به معنای چشم بستن بر امکانات کشورهای دیگر نیست بلکه نظام اسلامی در کنار اتکا به داشته‌های داخلی، از امکانات دیگر کشورها نیز استفاده حداکثری خواهد کرد». در اقتصاد مقاومتی با توجه به منابع داخلی، اقتصاد به سمت کاهش وابستگی به خارج و اقتصاد متکی بر خود متمایل می‌شود (اخوان و همکاران، ۱۳۹۴). با توجه به ماهیت فناورانه و همچنین عدم نیاز به سرمایه‌گذاری سنگین در کسب‌وکارهای نوپا و همچنین اتکا به سرمایه انسانی جوان داخلی، گسترش این نوع کسب‌وکارها از برجسته‌ترین راه‌های تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی محسوب می‌شود.

کسب‌وکارهای نوپا در رویکرد جدید اقتصاد نوین مورد توجه قرار گرفته‌اند. هدف این شرکت‌ها، توجه به دستاوردهای پژوهشی با نگاه دانشی و فناورانه از فرایند تولید تا بازار، پاسخگویی به نیازهای اجتماعی و واگذاری فناوری به صاحبان ایده در محیط‌های اجتماعی-اقتصادی است. در واقع کسب‌وکارهای نوپا ابتدایی‌ترین منبع خلق شغل در طی دهه گذشته به شمار می‌آیند. کسب‌وکارهای نوپا به‌طور متوسط ۱۷ درصد اشتغال در کشورهای اروپایی را بر عهده‌دارند (پاداش، ۱۳۹۵). اما بر اساس تحقیقی که در مدرسه کسب‌وکار هاروارد صورت گرفت، ۷۵ درصد کسب‌وکارهای نوپا شکست می‌خورند (کاسامانی، ۲۰۱۳). بنابراین مسئله کسب‌وکارهای نوپا یکی از مهم‌ترین

پیش‌ران‌های اقتصاد مقاومتی و همچنین با توجه به شرایط خاص و لزوم نگاه به داخل در اقتصاد امروز کشور از مهم‌ترین مؤلفه‌های دفاع اقتصادی محسوب می‌شود.

با توجه به وضعیت فعلی کشور و درگیری روزافزون با یکی ظالمانه‌ترین تحریم‌های اقتصادی تاریخ نیاز است با بررسی و بازتعریف مؤلفه‌های اقتصاد درون‌زا که یکی از مهم‌ترین آن‌ها توجه به سرمایه‌گذاری در اقتصاد دانش‌بنیان و کسب و کارهای نوپا است شرایطی را فراهم آورد که موجبات خوداتکایی به اقتصاد داخلی را فراهم شود، در این جهت پژوهش حاضر تلاش دارد با بررسی الزامات سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای نوپا مدلی جهت تحقق اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی را ارائه دهد. در این پژوهش ابتدا به تبیین مفهوم کسب و کارهای نوپا و نقش این کسب و کارها در اقتصاد دفاعی پرداخته خواهد شد، سپس با توجه به بیانات مقام و معظم رهبری و ادبیات موجود مفهوم اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی و مؤلفه‌های آن‌ها شرح داده می‌شود و با استفاده از نظریه برخوردی از داده الگوی تأثیر کسب و کارهای نوپا جهت تحقق اقتصاد مقاومتی شرح داده می‌شود.

پیشینه نظری پژوهش

بر اساس تعاریف، کسب و کار نوپا، سازمانی موقتی است که برای ایجاد یک مدل کسب و کار تکرارپذیر و قابل مقایسه به وجود می‌آید (ریز، ۲۰۱۱). کسب و کارهای نوپا غالباً بر پایه ایده‌های ریسک‌پذیرند که مدل کسب و کاری مشخصی ندارند و دارای بازار فرضی هستند؛ بنابراین کسب و کارهای نوپا دارای هزینه راه‌اندازی کمتر، ریسک بیشتر و توان بالقوه بالا برای بازگشت سرمایه هستند. در شرکت‌های نوپا، افرادی با ایده‌های نو در جست‌وجوی روش‌هایی برای کسب درآمد از ایده خود و تولید انبوه محصولات و خدمات مبتنی بر آن ایده هستند (ندافی و احمدوند، ۱۳۹۶). گراهام (۲۰۰۴) کسب و کار نوپا را کسب و کاری که به‌منظور رشد سریع طراحی شده است بیان می‌کند. اریک (۲۰۱۱) کسب و کارهای نوپا را به‌عنوان نهادهایی که توسط کارآفرینان به‌منظور کمک به ایجاد کالاها و خدمات جدید در شرایط عدم اطمینان می‌شود تعریف می‌کند. کالوپا و همکاران (۲۰۱۴) کسب و کارهای نوپا را به‌عنوان شرکتی کوچک که باهدف تبدیل‌شدن به مدل کسب و کار تکرارپذیر، قابل‌گسترش و مقیاس‌پذیر تشکیل شده است می‌دانند.

معمولاً کسب و کار نوپای موفق، رشد بیشتری در مقابل کسب و کارهای بالغ دارند و می‌توانند با سرمایه کمتر، زمینه رشد بیشتری را نسب به کسب و کارهای سنتی به خود اختصاص دهند (بلانک^۱، ۲۰۱۳). کسب و کارهای نوپا غالباً بر پایه ایده‌های ریسک‌پذیرند که مدل کسب و کاری مشخصی ندارند و دارای بازار فرضی هستند؛ بنابراین کسب و کارهای نوپا دارای هزینه راه‌اندازی کمتر، ریسک بیشتر و توان بالقوه بالا برای بازگشت سرمایه هستند. در شرکت‌های نوپا، افرادی با ایده‌های نو در جست‌وجوی روش‌هایی برای کسب درآمد از ایده خود و تولید انبوه محصولات و خدمات مبتنی بر آن ایده هستند (ندافی و احمدوند، ۱۳۹۶).

کسب و کارهای نوپا سیستمی برای ساخت محصول و خدمت، در مؤثرترین راه ممکن برای کاهش ریسک شکست است. در این رویکرد برای راه‌اندازی کسب و کار به‌واسطه آزمایش، باید محصولات ناشی از کسب و کار در

¹ Blank

بازار اعتبار سنجی شوند. این رویکرد بر آزمایش علمی، ارائه تکرار شدنی محصول و بازخورد مشتریان استوار است (ریز، ۲۰۱۱). به‌طور گسترده، کسب‌وکارهای نوپا یا استارت‌آپ‌ها از نوآوری‌های بسیار متنوعی استفاده می‌کنند: اکتشافات بدیع علمی، استفاده از تکنولوژی‌های موجود برای کاربردهای جدید و متفاوت، اتخاذ و توسعه مدل کسب‌وکار جدیدی که ارزشی پنهانی را که قبلاً ناپیدا بود را پدیدار کند یا خیلی ساده کالا یا خدماتی را به مکانی می‌آورند که قبلاً در آن ناحیه جغرافیایی وجود نداشت، در تمامی این موارد نوآوری در بطن موفقیت شرکت نهفته است (پانسال، ۲۰۱۲).

واژه اقتصاد دانش‌بنیان اولین بار توسط سازمان توسعه و همکاری اقتصادی ابداع شد و به‌عنوان اقتصادهایی که بر اساس تولید، توزیع و استفاده از دانش و اطلاعات قرار دارند تعریف شد (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۱۹۹۶). اقتصاد دانش‌بنیان برخاسته از ساختار نوظهور اقتصادی است که در نتیجه تحول و انقلاب بزرگی که مبتنی بر دانش و نوآوری است، شکل گرفته است (نیل فروشان، ۱۳۸۴). با ورود به عرصه اقتصاد، به‌عنوان عامل اصلی تولید، رفاه و موتور رشد اقتصادی در جوامع دانش‌محور و به‌سوی توسعه شناخته‌شده است (بورکه، ۲۰۰۰). اقتصاد دانش‌بنیان، اقتصادی است که در آن دانش خلق و اشاعه می‌یابد و به‌طور مؤثری توسط فعالان اقتصادی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی مطلوب‌تر بکار گرفته می‌شود. در اقتصاد دانش‌محور، دانش مهم‌ترین عامل بهره‌وری است (رونی، ۲۰۰۵). اقتصاد دانش‌بنیان اقتصادی است که در آن خلق دانش و استفاده و بهره‌برداری از آن در جهت ایجاد ثروت و به‌تبع آن رشد و توسعه اقتصادی نقش غالب را ایفا می‌نماید (منسفیلد، ۱۹۹۱).

یکی از مهم‌ترین محورهایی که در سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی به آن توجه خاصی گردیده، پشتیبانی اقتصاد دانش‌بنیان است. در همین راستا رهبر معظم انقلاب ارتقای جایگاه جهانی کشور و افزایش سهم تولید و صادرات محصولات و خدمات دانش‌بنیان و دستیابی به رتبه اول اقتصاد دانش‌بنیان در منطقه را به‌عنوان یکی از اهداف اقتصاد مقاومتی دانستند. یکی از اموری که می‌تواند کمک نماید تا کشور به میزان تولید دانش‌بنیان دست پیدا نماید، درک ضرورت تولید دانش‌بنیان در جامعه است (عباسی، ۱۳۹۳). اقتصاد مقاومتی اصولاً یک روش برای مقابله با تحریم‌ها و فشارها علیه یک منطقه یا کشور تحریم شده است، در شرایطی که تعاملات اقتصادی هیچ‌کدام برای آن کشور مجاز نیست. در تعریف، اقتصاد مقاومتی به معنی تشخیص حوزه‌های فشار و متعاقباً تلاش برای کنترل و از بین بردن تأثیرها و درنهایت، تبدیل چنین فشارهایی به فرصت جهت رشد و بالندگی بیشتر است. جهت رسیدن به اقتصاد مقاومتی باید وابستگی‌های خارجی کاهش یافته و بر تولید داخلی کشور و تلاش برای خوداتکایی تأکید کرد (سرخ بر، ۱۳۹۵).

اقتصاد مقاومتی را می‌توان اقتصادی در نظر گرفت که در آن علاوه بر تعامل پویا با دنیای خارج و استفاده از امکانات تجارت آزاد، امنیت اقتصادی کشور حفظ‌شده و نوسانات محیط بین‌المللی اقتصادی و تهدیدهای آن کمترین تأثیر سو را در روند بلندمدت متغیرهای کلان اقتصادی داشته باشد. در یک اقتصاد مقاومتی نباید تمرکز بیش‌ازاندازه بر روی یک یا چند بخش یا ظرفیت اقتصادی کشور تکیه شود، بلکه باید تلاش شود تا همه ظرفیت‌های اقتصاد به حداکثر بهره‌برداری از توان خود برسند (تاری و همکاران، ۱۳۹۱).

با پذیرش شرایط جنگی و توجه به مفهوم جنگ اقتصادی و هم‌چنین مفهوم توسعه‌یافته‌ی دفاع غیرعامل،

می‌توان اقتصاد مقاومتی را ترجمان دفاع غیرعامل اقتصادی تعریف کرد. با گرتنه برداری از دفاع غیرعامل با مفهوم نظامی، برای عملیاتی کردن اقتصاد مقاومتی باید روی سه عنصر اصلی نقاط ضعف و آسیب‌پذیر اقتصاد، اقدامات خصمانه دشمن و ابزارها و فرصت‌های مناسب جهت دفاع غیرعامل تمرکز کرد.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف از دسته پژوهش‌های کاربردی به شمار می‌رود و از نظر شیوه جمع‌آوری اطلاعات در زمره پژوهش‌های کیفی قرار می‌گیرد. راهبرد پژوهش کیفی، شامل روش‌های مختلفی است. یکی از این روش‌ها، روش برخاسته از داده‌هاست. در روش نظریه داده‌بنیاد، پژوهشگران با استفاده از شیوه‌های منظم گردآوری داده‌ها، به تشخیص مقوله‌ها و مفهوم‌ها و برقراری رابطه میان آن‌ها می‌پردازند و نظریه‌ای را برای تبیین یک فرایند عرضه می‌کنند. از آنجاکه این نظریه برخاسته از داده‌هاست با موقعیت مورد مطالعه تناسب دارد و تبیین بهتری از نظریه‌های موجود را بازنمایی می‌کند (حیدری و سیدکلالی، ۱۳۹۵). تئوری برخاسته از داده‌ها، روند کیفی و نظام‌مندی برای تولید نظریه‌ای است که فرایند، کنش یا برهم‌کنشی را درباره یک موضوع خرد واقعی در سطح مفهوم کلی تشریح می‌کند (استراوس و کوربین، ۱۹۹۰). بنابراین برای کشف فرآیند تأثیر کسب و کارهای نوپا برای تحقق اقتصاد مقاومتی این روش انتخاب شد.

داده‌هایی که برای تشریح فرایندها جمع‌آوری می‌شوند، انواع بسیاری از داده‌های کیفی را دربردارند، از جمله مشاهده‌ها، گفت‌وگوها، مصاحبه‌ها، سندهای دولتی، خاطره پاسخ‌دهندگان و تعامل‌های شخصی خود نویسنده که در پژوهش حاضر بیشتر تلاش شده است از روش مصاحبه با خبرگان و صاحبان و مدیران کسب و کارهای نوپا دانش‌بنیان استفاده شود.

با مرور ادبیات و پیشینه پژوهش، ملاک‌های زیر برای انتخاب نمونه‌های مناسب این پژوهش در نظر گرفته شد:

- ۱) صاحبان کسب و کار با عنوان دانش‌بنیان که در کارگروه ارزیابی و تشخیص شرکت‌ها تأیید شده باشد.
- ۲) خبرگان سابقه ۵ سال فعالیت در عرصه کسب و کارهای نوپا و دانش‌بنیان داشته باشند.

برای فهم عمیق و جمع‌آوری داده‌های موثق در خصوص علل، فرایند محوری، راهبردها، عوامل مؤثر و برون‌دادهای استفاده از کسب و کارهای نوپا در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی، هم به نظر افرادی که دارای نگرش و دانش منحصربه‌فرد و عمیقی در خصوص پدیده مدنظر بودند و هم به افرادی که تجربه عملیاتی لمس پدیده را داشتند، نیاز بود. در این خصوص فهرستی از کسب و کارهای نوپا و دانش‌بنیان از معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری تهیه شد، سپس با برقراری ارتباط حضوری و تلفنی با شرکت‌ها و همچنین مشاوره با اساتید دانشگاه نمونه‌ها انتخاب شدند.

ابتدا برای آغاز کار، از فهرست به‌دست‌آمده و مشاوره با خبرگان این حوزه، ۱۵ شرکت انتخاب شد. در این مرحله پس از بازدید از شرکت‌ها، صحبت با کارکنان و آشنایی با سوابق، بولتن‌ها و بروشورهای هر یک، از مطابقت شرکت با موضوع تحقیق اطمینان حاصل شد. در این پژوهش، در مجموع ۹ مصاحبه عمیق (زمان متوسط هر یک ۷۵ دقیقه) انجام گرفت و متن مصاحبه به رشته تحریر درآمد و بلافاصله تحلیل شد. در مصاحبه نهم به اشباع

داده‌ها دست یافتیم. به بیان دیگر، با توجه به جدول‌های کدگذاری باز به دست آمده، مشخص شد که با اضافه کردن نمونه بیشتر، بر تعداد مقوله‌های به دست آمده و شناخت فرایند مورد مطالعه افزوده نخواهد شد. معیار قضاوت برای متوقف کردن نمونه نظری، اشباع نظری مقوله‌ها یا نظریه است.

تکنیک اصلی در تجزیه و تحلیل داده‌ها، کدگذاری است که در سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی انجام می‌شود. در مرحله کدگذاری باز، ابتدا متن مصاحبه‌ها برای یافتن گزاره‌های مفهومی و مقوله‌ها به دقت بررسی شد. در این مرحله ۹۸ نشانگر که به آن‌ها گزاره‌های کلامی گفته می‌شود، به دست آمد. در ادامه، گزاره‌های کلامی با توجه به اشتراکات موجود، دسته‌بندی شدند و در نهایت ۲۴ مقوله کلی پدید آمد. در مرحله آخر که کدگذاری محوری نام دارد، مقوله محوری (مقوله‌ای که سایر مقوله‌ها با آن ارتباط دارند) تعیین شد. با تحلیل روایت‌ها، نوع ارتباط سایر مقوله‌ها با مقوله محوری در قالب شرایط علی، راهبردها، شرایط واسطه‌ای، شرایط محیطی و پیامدها مشخص گردید و بر اساس پارادایم کدگذاری، به صورت نمودار تجسمی نشان داده شد؛ به این ترتیب نظریه میانی به دست آمده از داده‌ها تکوین یافت.

با توجه به تفاوت تعاریف روایی و پایایی در پژوهش‌های کیفی و کمی، در پژوهش حاضر برای دستیابی به روایی پژوهش از چهار راهبرد زیر که دانایی فرد و امامی (۱۳۸۶) پیشنهاد دادند، استفاده شده است:

- مرتبط بودن منابع و روش‌های صحیح جمع‌آوری داده‌ها: برای انتخاب منابع و روش‌های جمع‌آوری داده‌ها، در هر گام با خبرگان و استادان هماهنگی به عمل آمد و پس از تأیید آنان، منابع و روش‌ها انتخاب شدند؛
- تأیید مشارکت‌کنندگان: مشارکت‌کنندگان، پارادایم کدگذاری محوری را بازبینی کرده و نظر خود را درباره آن‌ها بیان کردند و این دیدگاه‌ها در کدگذاری محوری اعمال شد؛
- بررسی توسط خبرگان: سه تن از استادان مدیریت به بررسی یافته‌ها و اظهار نظر درباره پارادایم کدگذاری محوری پرداختند؛
- مشارکتی بودن پژوهش: هم‌زمان از مشارکت‌کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد.

جدول ۱. نمونه‌های شرکت‌کننده در پژوهش

سمت	تحصیلات	سن	مصاحبه‌شونده
مدیرعامل	دکتری	۴۲	۱
مدیرعامل و استاد دانشگاه	دکتری	۵۱	۲
مدیرعامل	کارشناس ارشد	۳۹	۳
استاد دانشگاه	دکتری	۴۰	۴
استاد دانشگاه	دکتری	۳۵	۵
استاد دانشگاه	دکتری	۳۷	۶
مدیرعامل	کارشناس ارشد	۴۴	۷
مدیرعامل	کارشناس ارشد	۳۸	۸
مدیرعامل	دکتری	۴۰	۹

کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی

از آنجاکه مفاهیم، پایه‌های اصلی ساختن نظریه هستند، لازم است در نظریه برخاسته از داده‌ها سازوکاری مشخص شود که به کمک آن، مفاهیم شناسایی شده و برحسب خصوصیات و ابعاد آن‌ها بسط داده شوند. این سازوکار در کدگذاری باز انجام می‌شود؛ به طوری که پژوهشگر از دل داده‌های خام اولیه، مقوله‌های مقدماتی را در ارتباط با پدیده مورد بررسی از طریق سؤال کردن درباره داده‌ها، مقایسه موارد، رویدادها و حالات دیگر پدیده‌ها، برای کسب شباهت‌ها و تفاوت‌ها استخراج می‌کند. این فرایند بدین ترتیب بود که ابتدا مصاحبه‌های ضبط شده در قالب متن درآمدند و محقق پس از ویرایش متن‌ها و حذف پاراگراف‌های غیر مرتبط، مفاهیم مربوط را از پاراگراف‌های مختلف شناسایی کرد و بین این کدها ارتباطی به وجود آورد. در مصاحبه‌های بعدی مقوله‌ها تکمیل شدند و حوزه‌هایی که از سؤال‌های پژوهش کشف نشده بود، پرسیده شد.

در مرحله بعد، پژوهشگر با اندیشیدن در خصوص ابعاد متفاوت مقوله‌های استخراج شده و یافتن پیوند میان آن‌ها، به کدگذاری محوری اقدام کرد. در این مرحله از میان مقوله‌های گوناگون و با توجه به شباهت‌ها و اختلاف‌های میان مقوله‌های فرعی و نیز ارتباط میان آن‌ها، یک مقوله به عنوان مقوله اصلی انتخاب شده و گسترش یافت؛ به طوری که شرایط علی، پیامدها، شرایط مداخله‌ای و شرایط بروز مقوله اصلی تکمیل شد. در جریان این فرایند، پژوهشگر با استفاده از نمونه‌گیری نظری و با توجه به مفاهیم پدیدار شده از داده‌ها، به گردآوری داده‌های مربوط به افراد، رخدادها و موقعیت‌های مختلف پرداخت تا تصویر شفاف‌تری از مفاهیم و مقوله‌های به دست آمده، ایجاد کند. در مرحله آخر این فرایند، مقوله‌ها با کدگذاری انتخابی پالایش شدند؛ به این ترتیب که مقوله‌ها فهرست شده و در قالب گروه‌بندی‌های مختلف مرتب شدند، سپس طبقه‌ای که نسبت به سایر طبقه‌ها جامعیت بیشتری داشت و از توجیه علمی، بومی و فرهنگی برخوردار بود، مدنظر قرار گرفت و گزارش آن نوشته شد.

بین سه مرحله کدگذاری، محقق رفت‌و برگشت‌هایی انجام داد، به طوری که در نهایت توانست به روش استقرایی (از جزئی به کلی یا به بیان دیگر، از مقوله به گزاره و نظریه میانی) به نظریه میانی در خصوص موضوع مورد مطالعه دست پیدا کند. جدول ۳، دسته‌بندی و پالایش داده‌ها را در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی نشان می‌دهد.

جدول ۲. خلاصه جدول کدگذاری باز، محوری و انتخابی

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
شرایط علی	ذهنیت صاحبان کسب و کارهای نوپا	پیشینه شغلی، تجربه کاری، تبدیل دانش به پول، دانش آکادمیک، ذهن اقتصادی، آموزش
	نگاه به داخل	اهمیت دادن به ایده‌ها، بها دادن به دانش بومی، توجه به نخبگان داخلی، حمایت از کالای ایرانی
	تقویت الگوی ارزش‌گرا	حس ناسیونالیستی، مبارزه با ویژه خواری، مجادلات سیاسی
	ریسک‌پذیری	تحمل ریسک، تمایل به ریسک، نگاه مثبت به خطرپذیری، حمایت‌های دولتی

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
	کار تیمی	تیم‌سازی، کار گروهی، افزایش مشارکت جوانان
مقوله محوری	گرایش به اقتصاد دانش‌بنیان	تولید فناورانه، دانش بالا، کاهش وابستگی به نفت، ارتباط دانشگاه و صنعت
عوامل زمینه‌ای (بستر)	شبکه‌سازی	ارتباطات بین دانشگاهی، رویدادهای علمی، استارت آپ ویکند
	فرهنگ اقتصادی	تمایل به کار، تمایل به خلق ارزش، استفاده از دانش، فرهنگ سرمایه‌گذاری، تولید، استقبال از ساخت داخل
	نهادهای حاکمیتی	اخذ مجوزات، مشوق‌های کسب و کار، معافیت‌های مالیاتی، مشاوره مدیریتی، ظرفیت نظام‌وظیفه
	سرمایه انسانی	نیروی کار متخصص، آموزش عملی، جمعیت جوان، روحیه جهادی
	نظام آموزشی	آموزش کسب و کار محور، آموزش کارآفرینی، تشویق به کارآفرینی، آموزش فناورانه
	سرمایه اجتماعی	اعتمادپذیری، روحیه همکاری و مشارکت، تعامل بین افراد
شرایط محیطی	دولت	ایجاد نهادها، ساختارهای حمایت‌کننده، مالکیت فکری، ایجاد گفتمان، اعتمادسازی، بهبود فضای کسب و کار
	رسانه	آگاه‌سازی، برنامه‌سازی تخصصی، معرفی، اعتمادسازی
	دانشگاه	مهارت‌آموزی، پارک‌های علم و فناوری، آموزش کارآفرینی
	اجتماعی	ارزش جمعی، نگاه مثبت، روحیه کارآفرینی، نگاه به داخل
راهبردها و اقدامات	تأمین مالی	تأمین مالی برای شروع، سرمایه‌گذاری خطرپذیر، فرشتگان سرمایه‌گذار، وام، حمایت‌های مالیاتی
	مشاوره مدیریتی	نظارت‌های دولتی، گزارش دهی، کمک در مرحله راه‌اندازی، قیمت‌گذاری مناسب
	ظرفیت شتاب‌دهنده‌ها	سرمایه‌گذاری خطرپذیر خصوصی، سرمایه‌گذاری خطرپذیر دولتی، برنامه‌های توسعه کسب و کار
	قصد کارآفرینانه	آموزش، تشویق کارآفرینی، تشویق کار برای خود
	بهره‌وری	کاهش هزینه‌ها، نوآوری، کاهش اتلاف منابع، داخلی سازی
	پیامدها	خلق ارزش اقتصادی
خلق ارزش دفاع اقتصادی		کاهش وابستگی خارجی، نگاه به داخل، مقاوم‌سازی بنیادی
افزایش تاب‌آوری اقتصادی		انکابا به تولید داخل، عدم تأثیرپذیری از بحران‌ها، تقویت زیرساخت‌ها، انعطاف‌پذیری، پیوند نخبگان و صنایع

یافته‌های پژوهش

مقوله محوری

اقتصاد دانش بنیان برخاسته از ساختار نوظهور اقتصادی است که در نتیجه تحول و انقلاب بزرگی که مبتنی بر دانش و نوآوری است، شکل گرفته است (نیل فروشان، ۱۳۸۴). با ورود به عرصه اقتصاد، به عنوان عامل اصلی تولید، رفاه و موتور رشد اقتصادی در جوامع دانش محور و به سوی توسعه شناخته شده است (بورکه، ۲۰۰۰). اقتصاد دانش بنیان، اقتصادی است که در آن دانش خلق و اشاعه می یابد و به طور مؤثری توسط فعالان اقتصادی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی مطلوب تر بکار گرفته می شود. در جریان مصاحبه ها تحقق اقتصاد دانش بنیان به عنوان مقوله محوری در نظر گرفته شد چرا که اکثر پاسخ دهندگان شرط تحقق اقتصاد مقاومتی با استفاده از کسب و کارهای نوپا را بهره گیری از ظرفیت دانش بنیان ها بیان کردند.

شرایط علی

شرایط علی، رویدادها و عواملی هستند که باعث ایجاد و توسعه پدیده یا مقوله محوری می شوند. در واقع، منظور از شرایط علی، رویدادها و اتفاق هایی است که بر پدیده اثر گذاشته و به بروز آن منجر می شوند.

الف) ذهنیت صاحبان کسب و کارهای نوپا: شامل پیشینه شغلی، تجربه کاری، تبدیل دانش به پول، دانش آکادمیک، ذهن اقتصادی و آموزش می شود.

ب) نگاه به داخل: به زعم رهبر معظم انقلاب منظور از نگاه به داخل قطع ارتباط با خارج نیست اما تکیه کامل به بیرون از مرزها نیز کاری غلط است. اهمیت دادن به ایده ها، بها دادن به دانش بومی، توجه به نخبگان داخلی و حمایت از کالای ایرانی از مواردی است که می تواند نقش کسب و کارهای نوپا را در تحقق اقتصاد مقاومتی بیان کند.

ج) تقویت الگوی ارزش گرا: این مؤلفه به خواسته های درونی افراد برای توسعه و پیشرفت اقتصادی کشور بازمی گردد. بهره گیری از حس ناسیونالیستی، مبارزه با ویژه خواری که می تواند افراد به کار اقتصادی در کسب و کارهای نوپا امیدوار سازد و همچنین دوری از مجادلات سیاسی و سیاسی کاری ها در زمینه کسب و کارهای نوپا از عواملی است که می تواند الگوی ارزش گرا را در افراد تقویت نماید.

د) ریسک پذیری: تحمل ریسک، تمایل به ریسک، نگاه مثبت به خطرپذیری و اعتماد به حمایت های دولتی می تواند برای سوق دادن کسب و کارهای نوپا به سوی اقتصاد مقاومتی نقش پیش ران را ایفا نماید.

ه) کار تیمی: کار تیمی در حقیقت به این معناست که این فعالیت ها به صورت منظم و هدفمند توسط اعضای مجموعه انجام شود. دقیق مثل چرخ دنده هایی که چرخش هر کدام از آن ها باعث چرخش دیگری می شود و سیستم به کار می افتد. تقویت روحیه کار تیمی و گروهی عاملی مهم در ایجاد کسب و کارهای نوپا و به طبع آن بقا آن ها در شرایط اقتصادی متلاطم است. همچنین تشویق جوانان به کارهای گروهی علاوه بر هم افزایی و ایجاد بهره وری می تواند اعتماد این نسل را برای ایجاد کسب و کارهای نوپا تقویت نماید.

شرایط زمینه‌ای (بستر)

شرایط زمینه‌ای تسهیل‌کننده یا محدودکننده راهبردها هستند. این شرایط یا اجرای راهبردها را تسهیل کرده و به آن سرعت می‌بخشند یا همچون مانعی در اجرای آن‌ها خلل ایجاد کرده و به صورت نامنظم و غیرمستقیم بر راهبردها اثر می‌گذارند.

الف) شبکه‌سازی: شبکه‌سازی، انتقال سریع و آسان اطلاعات را مهیا می‌کند. شبکه‌سازی یک فعالیت تجاری، اجتماعی-اقتصادی است که توسط آن کسب‌وکارها و کارآفرینان برای ایجاد روابط تجاری و شناسایی، ایجاد و یا عمل بر فرصت‌های تجاری متعهد می‌شوند. اطلاعاتشان را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند و به دنبال شرکای بالقوه برای همکاری و سرمایه‌گذاری می‌گردند. در همین زمینه ارتباطات بین دانشگاهی، برقراری رویدادهای علمی و برگزاری استارت آپ و یکندها از مقوله‌های تأثیرگذار در فرایند ایجاد کسب‌وکارهای نوپا در جهت کمک به اقتصاد مقاومتی هستند.

ب) فرهنگ اقتصادی: بینش‌ها، نگرش‌ها و باورهای انسانی است که سبک زندگی و نیز جهت و حتی میزان تحرکات بشر را تعیین می‌کند. در زمینه اقتصاد مقاومتی می‌بایست جامعه به این باور برسد که دشمنی دارد که می‌کوشد تا توان اقتصادی را از وی سلب کند و او را وابسته به خود سازد و استقلال او را مخدوش سازد. در این صورت است که اقتصاد مقاومتی شکل می‌گیرد. تشویق تمایل به کار، تشویق تمایل به خلق ارزش و استفاده از دانش، تقویت فرهنگ سرمایه‌گذاری، اعتماد به تولید داخلی و استقبال از ساخت داخل مقوله‌های قابل‌ذکر در خصوص فرهنگ اقتصادی است.

ج) نهادهای حاکمیتی: نقش‌آفرینی دولت و نهادهای حاکمیتی در برنامه‌ریزی، زمینه‌سازی، ظرفیت‌سازی، هدایت، کمک، تسهیل‌گری و نظارت در اقتصاد و خروج از تصدی‌گری و انجام امور غیر حاکمیتی، به‌عنوان نقش دولت در حمایت از کسب‌وکارهای نوپا در رسیدن به الگوی اقتصاد مقاومتی مدنظر است. تسهیل‌گری در اخذ مجوزات، استفاده از مشوق‌های کسب و کار، تعیین معافیت‌های مالیاتی، کمک دولت در مشاوره مدیریتی نوپاها و استفاده از ظرفیت نظام‌وظیفه و خدمت‌سربازی مقوله‌هایی راهگشا در این زمینه هستند.

د) سرمایه انسانی: سرمایه انسانی از مهم‌ترین عوامل در تحقق هر هدفی است و یکی از شاخص‌ترین ابعاد و ظرفیت‌های موجود در توسعه اقتصادی است که در رفع نابرابری‌ها تأثیر عمده‌ای را دارد و نقش چشم‌گیر و جایگاه خاصی را در رشد و پیشرفت کشورها دارا می‌باشد. سرمایه انسانی یکی از عوامل تأثیرگذار بر روی جریان فعالیت‌های اقتصادی و وضعیت رفاهی هر کشور محسوب می‌شود.

ه) نظام آموزشی: مقوله‌هایی مانند آموزش کسب و کار محور، آموزش کارآفرینی، تشویق به کارآفرینی و آموزش‌های فناورانه تأثیر نظام آموزشی به‌عنوان یکی از زمینه‌های مداخله‌گر در زمینه تأثیر کسب‌وکارهای نوپا در تحقق اقتصاد مقاومتی را نشان می‌دهند.

ر) سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی عنصری مطلوب برای انجام همکاری‌های درون‌گروهی است و هر چه میزان آن بالاتر باشد گروه می‌تواند با هزینه‌های کمتری به اهداف خود دست یابد. سرمایه اجتماعی موجب می‌شود که افراد جامعه به یکدیگر اعتماد کنند و به طبع آن همکاری‌های اقتصادی نیز شکل گیرد. با رشد سرمایه اجتماعی

اعتمادپذیری، روحیه همکاری و مشارکت و تعامل بین افراد برای شکل گیری کسب و کارهای نوپا افزایش می یابد.

عوامل محیطی

شرایط محیطی تسهیل کننده یا محدود کننده راهبردها هستند. این شرایط اجرای راهبردها را تسهیل می کنند و تسریع می بخشند یا مانع ایجاد می کنند. و به صورت نامنظم و غیرمستقیم بر راهبرها اثر می گذارند.

الف) دولت: در اقتصاد مقاومتی، دولت علاوه بر نقش حاکمیتی تعریف شده در سرمایه داری، مسئولیت برنامه ریزی، زمینه سازی، ظرفیت سازی، هدایت و کمک به بخش خصوصی و تولید را نیز دارد. کار اقتصادی و فعالیت اقتصادی با محوریت مردم است و دولت به عنوان یک مسئول عمومی، بر حسن اجرای فعالیتها نظارت می کند و تولید و کارآفرینی و اشتغال را هدایت می کند. ایجاد نهادها، ساختارهای حمایت کننده، مالکیت فکری، ایجاد گفتمان، اعتمادسازی و بهبود فضای کسب و کار مؤلفه های این مقوله را تشکیل می دهند.

ب) رسانه: رسانه می تواند نقش مهمی در زمینه تحقق اقتصاد مقاومتی در سایه کسب و کارهای نوپا ایجاد نماید. رسانه با آگاه سازی، برنامه سازی تخصصی، معرفی کسب و کارهای نوپا و ایجاد اعتماد می تواند نقش به سزایی در این فرآیند ایفا نماید.

ج) دانشگاه: کسب و کارهای نوپا به دلیل کوچک بودن و نداشتن سرمایه بالا برای ایجاد واحد تخصصی، به ایجاد ارتباط با دانشگاه و استفاده از آخرین دستاوردهای تحقیقاتی دنیا نیاز دارند. همچنین اهتمام به مهارت آموزی در دانشگاهها، توسعه پارک های علم و فناوری و مراکز شد و آموزش مدون کارآفرینی در دانشگاهها کمک شایانی به توسعه کسب و کارهای نوپا و اقتصاد مقاومتی خواهد نمود.

د) عوامل اجتماعی: ارزش جمعی، نگاه مثبت، روحیه کارآفرینی و نگاه به داخل از عوامل اجتماعی هستند که افراد شرکت کننده در مصاحبه در خصوص شرایط محیطی به آنها اشاره داشته اند.

راهبردها و اقدامات

راهبردها و اقدامات، طرحها و کنشهایی هستند که با انجام آنها کسب و کارهای نوپا می توانند در تحقق اقتصاد مقاومتی نقشی پیش از پیش مثبت ایفا نمایند.

الف) تأمین مالی: بحث تأمین پول و سرمایه همواره دغدغه اصلی و اولیه بنگاههای اقتصادی به ویژه کسب و کارهای کارآفرینانه و نوپاست. استفاده و توسعه شرکت های سرمایه گذاری خطرپذیر، تشویق فرشتگان سرمایه گذار، اعطای وام های کم بهره و حمایت های مالیاتی از کسب و کارهای نوپا می تواند برای تأمین مالی این نوع از کسب و کارهای نوآورانه و کارآفرینانه که عمدتاً هم با مشکل تأمین سرمایه اولیه و جاری دست و پنجه نرم می کنند مفید واقع شود.

ب) مشاوره مدیریتی: کمک و مشاوره های مدیریتی توسط بخش نهاد های حاکمیتی و دولتی نکته حائز اهمیت برای توسعه کسب و کارهای نوپا در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی است. مفاهیمی همچون نظارت های دولتی، گزارش دهی، کمک در مرحله راه اندازی و کمک به قیمت گذاری مناسب مفاهیم این مقوله محسوب می شوند.

ب) شتاب دهنده ها: شتاب دهنده ها شرکت هایی هستند که از ابتدای کار یک استارتاپ آن را تحت پوشش خود

درمی‌آورند. این مجموعه‌ها در ابتدا شرکت‌کنندگان را برای مدتی کوتاه مورد بررسی قرار می‌دهند و سپس ایده‌های برگزیده را از میان آن‌ها گلچین می‌کنند و برای رسیدن به سود هدایت می‌نمایند. استفاده از ظرفیت شتاب‌دهنده‌ها در شرایط کنونی راهی تضمینی در تحقق اقتصاد مقاومتی از طریق کسب‌وکارهای نو است.

ج) قصد کارآفرینانه: قصد یا نیت کارآفرینانه به آمادگی ذهنی افراد جهت شرکت در فرآیند کارآفرینی و توسعه کسب‌وکارهای جدید گفته می‌شود. تقویت نیت کارآفرینانه می‌تواند نقشی کلیدی در توسعه کارآفرینی و کسب‌وکارهای نوپا ایفا نماید. آموزش، تشویق کارآفرینی تشویق کار برای خود می‌تواند موجب تقویت قصد کارآفرینانه در افراد شود.

د) بهره‌وری: به‌زعم مصاحبه‌شوندگان پژوهش هزینه‌ها، نوآوری، کاهش اتلاف منابع و داخلی سازی قطعات از مفاهیم مقوله افزایش بهره‌وری محسوب می‌شوند.

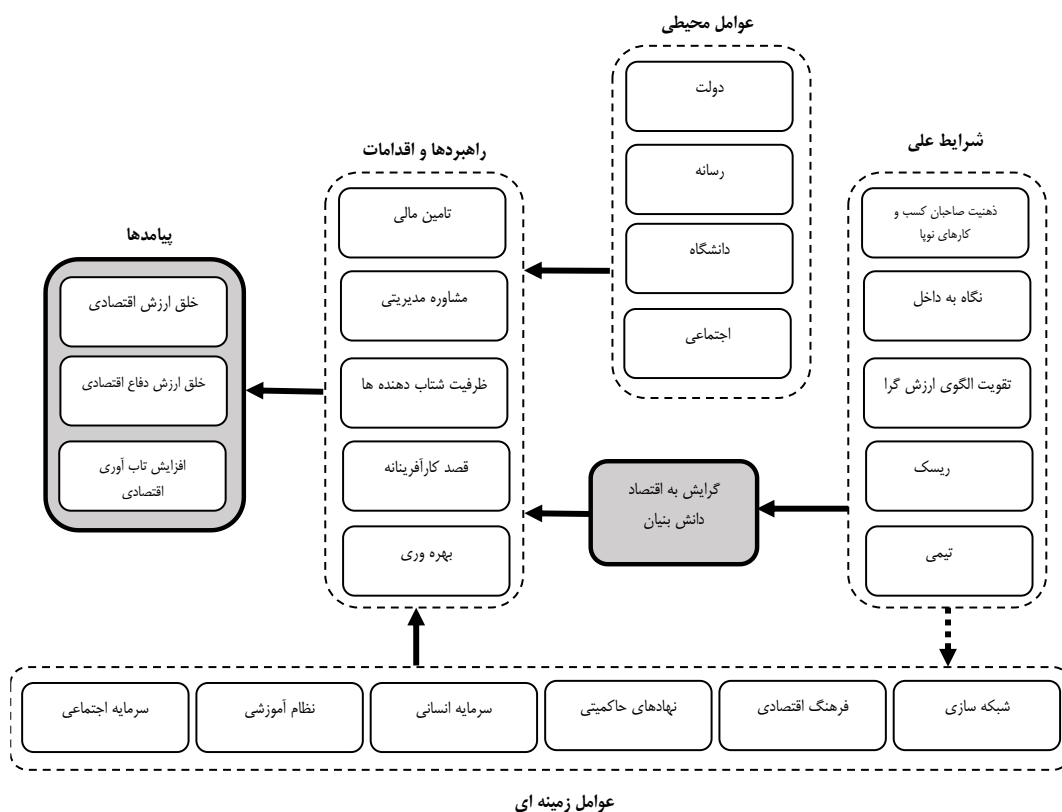
پیامدها و نتایج

پیامدها و نتایج، شامل عوامل مشهود و نامشهودی می‌شود که بعد از ایجاد یک کسب و کار نوپا اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی را تقویت می‌نماید.

الف) خلق ارزش اقتصادی: بی‌شک یکی از مهم‌ترین نتایج و پیامدها در هر کسب‌وکاری حداکثر سازی سودآوری و خلق ثروت و درآمد است. جذب سرمایه‌های سرگردان جامعه، افزایش در نرخ کلی بازگشت سرمایه، ایجاد اشتغال پایدار، افزایش تولید ناخالص ملی و کاهش وابستگی خارجی همه به تأثیر کسب‌وکارهای جهت ایجاد ارزش اقتصادی اذعان دارند.

ب) خلق ارزش دفاع اقتصادی: با پذیرش شرایط جنگی و توجه به مفهوم جنگ اقتصادی و هم‌چنین مفهوم توسعه‌یافته‌ی دفاع غیرعامل، می‌توان اقتصاد مقاومتی را ترجمان دفاع غیرعامل اقتصادی تعریف کرد. با گرت‌برداری از دفاع غیرعامل با مفهوم نظامی، برای عملیاتی کردن اقتصاد مقاومتی باید روی سه عنصر اصلی نقاط ضعف و آسیب‌پذیر اقتصاد، اقدامات خصمانه دشمن و ابزارها و فرصت‌های مناسب جهت دفاع غیرعامل تمرکز کرد. در این راستا مهم‌ترین ابزار استفاده از ظرفیت‌های کسب‌وکارهای نوپا است. کاهش وابستگی خارجی، نگاه به داخل و مقاوم‌سازی بنیادی از ارکان این مقوله به شمار می‌آیند.

ج) افزایش تاب‌آوری اقتصادی: بریگلوگلیو و همکاران (۲۰۰۳) تاب‌آوری اقتصادی را توانایی اقتصاد برای تعدیل و بازگرداندن اقتصاد به حالت نرمال یا تعدیل اثر منفی مخاطرات تعریف کرده‌اند. تاب‌آوری سیستم‌های اقتصادی-اجتماعی در مواجهه با مخاطرات را می‌توان داشتن قابلیت برای تحمل‌پذیری در مواجهه با مخاطراتی ناگهانی؛ مطابقت پذیری با تغییرات (تعدیل و واکنش به تغییرات محیطی)؛ برگشتن به تعادل مناسب (قبل یا جدید) یا توانایی برگشت به حالت نرمال در یک‌زمان مشخص پس از بحران، به‌طوری‌که سیستم کارکرد قبلی خود را به‌صورت مستمر حفظ نموده باشد تعریف نمود (Kaplan & Anette, 2012). کسب‌وکارهای نوپا با توجه به ماهیت عمدتاً فناورانه و انعطاف‌پذیر خود بهترین نوع کسب‌وکارها در شرایط جنگ اقتصادی هستند.



شکل ۱. نقشه مفهومی نقش کسب و کارهای نوپا در تحقق اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی

بحث و نتیجه گیری

پژوهش پیش رو به مطالعه چگونگی تأثیر کسب و کارهای نوپا بر تحقق اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی پرداخته است. هدف نهایی، خلق نظریه داده بنیاد و ارائه مدل چگونگی تأثیر سرمایه گذاری در کسب و کارهای نوپا در تحقق اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی است. طبق مدل برخاسته از داده های تحقیق حاضر، این فرایند با وجود ذهنیت پویا در صاحبان کسب و کارهای نوپا شروع می شود و نگاه به داخل، الگوی ارزش گرا، ریسک پذیری و کار تیمی تقویت می شود. در این میان عوامل مداخله گری نیز دخیل هستند که به صورت همبافتی بر استراتژی ها و راهبردها تأثیر می گذارند. همچنین در نتیجه اجرای این فرایند، منجر به خلق ارزش اقتصادی، خلق ارزش دفاع اقتصادی و در نهایت به افزایش تاب آوری اقتصادی سیستم اقتصادی ختم خواهد شد. این فرایند شامل عوامل علی (عواملی که به تقویت نگاه کسب و کارهای نوپا می انجامد)، عوامل محیطی (که بر فرایند تأثیرگذار است)، راهبردها و اقدامات (نکات اجرایی)، عوامل مداخله گر (بر راهبردها و اقدامات تأثیر همبافتی دارد) و پیامدهای اجرای راهبردها و اقدامات در این فرایند می شود.

طبق یافته‌های پژوهش، ذهنیت صاحبان کسب‌وکارهای نوپا، نگاه به داخل، تقویت الگوی ارزش‌گرا، ریسک‌پذیری و کار تیمی به‌عنوان عوامل علی شناخته شدند. در همین رابطه، طغیانی (۱۳۹۵) مؤلفه‌های اصلی سبک زندگی اقتصادی در شرایط دفاع اقتصادی در زمینه‌های فرهنگ مصرف، کار، تعاون و همکاری، ایثار و ازخودگذشتگی، کارآفرینی و ... معرفی کرده است.

همچنین مشخص شد، حرکت به‌سوی اقتصاد دانش‌بنیان سنگ بنای اصلی است که از آن طریق کسب‌وکارهای نوپا می‌توانند در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی حرکت کنند. در این راستا عباسی (۱۳۹۳)، یکی از مهم‌ترین محورهایی که در سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی به آن توجه خاصی گردیده، پیشتازی اقتصاد دانش‌بنیان است. در همین راستا رهبر معظم انقلاب ارتقای جایگاه جهانی کشور و افزایش سهم تولید و صادرات محصولات و خدمات دانش‌بنیان و دستیابی به رتبه اول اقتصاد دانش‌بنیان در منطقه را به‌عنوان یکی از اهداف اقتصاد مقاومتی دانستند. یکی از اموری که می‌تواند کمک نماید تا کشور به میزان تولید دانش‌بنیان دست پیدا نماید، درک ضرورت تولید دانش‌بنیان در جامعه است.

در بررسی‌های صورت گرفته، با توجه به روایت مصاحبه‌شوندگان دولت، رسانه، دانشگاه و جامعه عوامل محیطی را تشکیل می‌دهند که در این فرایند می‌توانند تأثیرگذار باشند. بیرانوند و همکاران (۱۳۹۶) نیز نشان می‌دهند که محیط آکادمیک، ثبات اقتصاد کلان و توسعه اجتماعی و رفاه از شاخص‌های اصلی مقاومت اقتصادی در ایران به شمار می‌روند.

با توجه به ویژگی‌های کسب‌وکارهای نوپا، می‌توان عوامل زمینه‌ای (شرایط مداخله‌گر) مؤثر بر فرآیند تأثیر آن‌ها در اقتصاد مقاومتی را شبکه‌سازی، فرهنگ اقتصادی، نهادهای حاکمیتی، سرمایه انسانی، نظام آموزشی و سرمایه اجتماعی بیان نمود. یافته‌های این بخش از پژوهش با یافته‌های اخوان و همکاران (۱۳۹۴) مطابقت دارد که نشان می‌دهند مؤلفه فرهنگ مهم‌ترین پرنفوذترین عامل برای تحقق اقتصاد مقاومتی است و پیش از هر فعالیتی در جهت اقتصاد مقاومتی، ابتدا به‌صورت عمیق مقوله فرهنگ را مورد واکاوی قرار داد. همچنین سایر نتایج نشان می‌دهد مواردی مانند عوامل اجتماعی، حمایتی، فرهنگی، انسانی، دولتی و سیاسی، فناوری (نرم و سخت) و اقتصادی از عوامل ضروری تحقق اقتصاد مقاومتی است.

با توجه به یافته‌های پژوهش، راهبردها و اقداماتی که حضور کسب‌وکارهای نوپا در عرصه اقتصاد مقاومتی را تقویت خواهد کرد عبارت‌اند از تأمین مالی صحیح و به‌هنگام، استفاده از مشاوره‌های مدیریتی، استفاده از ظرفیت شتاب‌دهنده‌ها، قصد کارآفرینانه و تلاش برای افزایش بهره‌وری، پاداش (۱۳۹۵) نیز بر این نکته اذعان دارد و بیان می‌دارد که ایجاد پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و مراکز شتاب‌دهنده کسب‌وکارهای نوپا، در کنار مواردی چون اصلاح مقررات، کمک‌های مالی و ارزش گذاشتن بر سرمایه انسانی موجود در کشور، از جمله مکانیسم‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی نوپا و به طبع آن توسعه اقتصاد مقاومتی در کشور هستند.

برآیند اجرای مراحل فوق پیامدهایی را به دنبال خواهد داشت که از آن جمله می‌توان به خلق ارزش اقتصادی، خلق ارزش دفاع اقتصادی و افزایش تاب‌آوری اقتصادی اشاره نمود. نوفرستی (۱۳۹۵) نیز نشان می‌دهد که اقتصاد مقاومتی، باید برای نیل به اهداف رشد و توسعه اقتصادی؛ در بهینه‌یابی مفید، علاوه بر قیدهای معمول ریسک

محیطی، ملاحظات اجتماعی و ثبات اقتصادی، دو قید تاب‌آوری و پایداری اقتصادی را نیز لحاظ کند و به عبارت دیگر اقتصاد مقاومتی حاصل یک بهینه یابی مفید است.

در این میان کسب و کارهای نوپا همواره در مسیر و رشد تعالی با چالش‌های متعددی روبرو هستند. چالش‌هایی که می‌توانند در نهایت منجر به فروپاشیدن کسب و کارهای آن‌ها در بلندمدت شوند. از جمله این چالش‌ها می‌توان به عدم وجود نهادهای پشتیبان و همکاری بین سازمان‌های دولتی در جهت حمایت از کسب و کارهای نوپا، عدم دسترسی به زیرساخت‌های مناسب، مسائل فرهنگی و اجتماعی، سیاست‌گذاری و حاکمیت دولت در اکوسیستم نوپاها، عدم آشنایی با مسائل حقوقی و قانونی و دسترسی بهینه به بازار اشاره نمود.

پیشنهاد‌های پژوهش

بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادهایی به منظور تأثیرگذاری بیشتر کسب و کارهای نوپا در فرایند اقتصاد مقاومتی ارائه خواهد شد:

(۱) در بخش مقوله محوری، به بخش‌های حاکمیتی و دولتی پیشنهاد می‌شود تا با استفاده از ظرفیت بنگاه‌های دانش‌بنیان و سرمایه‌گذاری در بخش آموزش زمینه گسترش این نوع از کسب و کارها به‌عنوان بهترین نوع از کسب و کارهای نوپا را فراهم آورند. گسترش این نوع کسب و کارها گام اصلی در بهبود اقتصاد مقاومتی تلقی می‌شود.

(۲) تقویت روحیه ریسک‌پذیری و الگوهای ارزش‌گرا در جوانان و تشویق آن‌ها به کار گروهی و تیمی با استفاده از سازمان‌های دخیل در فرهنگ مانند رسانه ملی و تبلیغات برای جااندازی نگاه به داخل می‌تواند منجر به گسترش کسب و کارهای نوپا گردد.

(۳) با توجه به شرایط محیطی ارائه‌شده در مدل حاصل از پژوهش، دانشگاه نقش مهمی به‌عنوان حلقه اتصال دانش به کسب و کار می‌تواند ایفا نماید. از این رو پیشنهاد می‌گردد دانشگاه‌ها با تقویت بخش مربوط به آموزش‌های کارآفرینانه بتوانند روی قصد کارآفرینانه دانشجویان و به طبع آن تشویق آن‌ها به راه‌اندازی کسب و کارها کمک شایانی به این فرایند کنند.

(۴) پیشنهاد می‌گردد نهاد های متولی توجه ویژه‌ای به برگزاری رویدادهای کارآفرینانه مانند استارت آپ ویکندها یا رویدادی‌های ایده پردازی داشته باشند تا با ایجاد انگیزه در جوانان بتوانند آن‌ها را به ایجاد کسب و کارهای نوپا سوق دهند و همچنین موجب آشنایی سرمایه‌گذاران با این نوع از کسب و کارها شود.

(۵) به بخش‌های مالی و بانکداری نیز پیشنهاد می‌گردد با توجه به ضرورت گسترش سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر و سودسازی جذاب این نوع سرمایه‌گذاری‌ها در اقتصاد دنیا، زمینه را برای ایجاد ساختارهای مناسب این نوع از سرمایه‌گذاری و کمک به کسب و کارهای نوپا فراهم آورند. در این خصوص مدیریت درست منابع ارزی و اصلاح نظام پولی و مالی در جهت تسهیل تأمین مالی شفاف کسب و کارهای نوپا از جمله مفاهیم استخراج‌شده تحقیق می‌باشد.

(۶) بهبود فرآیندها و تسهیل شیوه‌نامه‌های اعطای وام‌ها و کمک‌های مالی به کسب و کارهای نوپا و دانش‌بنیان

و همچنین شیوه‌های دریافت ضمانت‌ها از این نوع کسب‌وکارها نیازمند بازنگری جدی است. (۷) توجه به شتاب‌دهنده‌ها به‌عنوان شیوه حمایتی روز دنیا از سرمایه‌گذاری کسب‌وکارهای نوپا و تدوین شیوه‌نامه و دستورالعمل همکاری با شتاب‌دهنده‌ها در بهبود وضعیت کسب‌وکارهای نوپا می‌تواند بسیار راهگشا عمل نماید.

فهرست منابع

- * اخوان، پیمان، ایمانی، ساناز، و نبی زاده، معصومه. (۱۳۹۴). تبیین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی در کشور. فصلنامه راهبرد دفاعی، ۱۴(۵۳)، ۱-۳۶.
- * بختیاری، ایرج. (۱۳۹۵). تاثیر مؤلفه‌های دفاع اقتصادی کشور بر دفاع همه جانبه. فصلنامه راهبرد دفاعی، ۱۴(۵۴)، ۹۳-۱۲۴.
- * بیرانوند، مرتضی، نصرافهانی، علیرضا، و آقارضا، درمنی، محمد. (۱۳۹۶). برآورد شاخص‌های اقتصاد مقاومتی. سیاست‌های راهبردی و کلان، ۵، ۲۱-۴۴.
- * پاداش، حمید. (۱۳۹۵). مکانیسم‌های توسعه کارآفرینی نوپا در ایران در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی. پژوهشنامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، ۱-۳۷.
- * تاری، فتح‌الله، کاویانی، زهرا، و سیدشکری، خشایار. (۱۳۹۱). اقتصاد مقاومتی و مؤلفه‌های آن. تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- * حیدری، محمدرضا، و درخشان، مرتضی. (۱۳۹۴). تحلیل و اولویت بندی مؤلفه‌های دفاع اقتصادی در شرایط تهدید اقتصادی. فصلنامه آفاق امنیت، ۲۹(۸)، ۱۷۰-۱۳۵.
- * سرخ بر، میثم. (۱۳۹۵). حرکت به سوی اقتصاد مقاومتی با ابزارهای تجارت الکترونیک. پایانامه کارشناسی ارشد، دانشگاه گیلان.
- * طغیانی، مهدی. (۱۳۹۴). شناسایی و ترویج سبک زندگی اسلامی ایرانی در جهت دفاع اقتصادی در منظومه اقتصاد مقاومتی. آفاق امنیت، ۸(۲۵)، ۱۷۰-۱۳۵.
- * ندافی، راضیه، و احمدوند، مصطفی. (۱۳۹۶). شناسایی و اولویت بندی پیشران‌های توسعه کسب و کارهای نوپا با استفاده از روش شناسی کیو. توسعه کارآفرینی، ۵۱۷-۵۳۴.
- * نوفرستی، محمد. (۱۳۹۵). اقتصاد مقاومتی و راه‌های دستیابی به آن. سیاست‌های راهبردی و کلان، ۴، ۱۵۷-۱۶۸.
- * نیل فروشان، هادی. (۱۳۸۴). بررسی ماهیت اقتصاد دانش محور و ضرورت و امکان پذیری حرکت ایران از اقتصاد تولید محور به اقتصاد دانش محور. مشهد: پایانامه کارشناسی ارشد دانشگاه فردوسی مشهد.
- * دانایی فرد، حسن، امامی، سید مجتبی. (۱۳۸۶). استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه داده‌بنیاد. اندیشه مدیریت، ۱(۲)، ۶۹-۹۷.

- * حیدری، علی، سیدکلالی، نادر (۱۳۹۵). ارائه مدل مزیت رقابتی شرکت‌های مشاوره مدیریت بر اساس نظریه قابلیت‌های پویا. مدیریت بازرگانی ۲(۸)، ۳۳۸-۳۱۷.
- * Alvarez, S., Carayannis, E., Dagnino, G., & Faraci, R. (2018). Introduction: entrepreneurial ecosystems and the diffusion of startups". In *Entrepreneurial Ecosystems and the Diffusion of Startups*. Cheltenham: UK: Edward Elgar Publishing.
- * Bansal, M. (2012). statistics about funding in the startups. Retrieved from TechAloo: <http://techaloo.com/statistics-about-funding-in-the-startups>.
- * Briguglio, L., Cordina, G., Farrugia, N., & Vella, S. (2006). Conceptualising and Measuring Economic Resilience", in L. Briguglio, G. Cordina and E. J. Kisanga (eds.),. Malta: Islands and Small States Institute of the University of Malta and London: Commonwealth Secretariat.
- * Cusumano, M. (2013). Evaluating a Startup Venture. *Communications of the ACM*, 56(10), 26-29.
- * Kane, T. (2010). The Importance of Startups in Job Creation and Job Destruction. *SSRN Electronic Journal*, 10.2139/ssrn.1646934.
- * Kaplan, R., & Anette, M. (2012). Managing Risks: A New Framework. *Harvard Business Review*, 6.
- * Mansfield, E. (1991). Academic Research and Industrial Innovation. *Research Policy*, 20(11), 307-321.
- * OECD. (1996). *The Knowledge - Based Economy*. Paris: OECD.
- * Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. New York: Crown Business.
- * Rooney, D. (2005). Knowledge, Economy, Technology and Society: the Politics of Discourse. *Telematics and Informatics*, 22, 405-422.
- * Strauss, A., & Corbin, L. (1990). *Basics of Grounded Theory Methods*. Beverly Hills, CA.: Sage.
- * Sua' rez-Ortega, S., & Alamo-Vera, F. (2005). SMES' internationalization: firms and managerial factors. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 11(4), 258-279.

Strategies for Investing in Start-ups in Order to Achieve a Resistance Economy and Economic Defense

Mohamadreza Ranjbarfallah

Assistant Professor of Economics, Payam-e-Noor University
rfallah@pnu.ac.ir

Hamidreza Fatahi

Faculty Member of Entrepreneurship, University of Tehran
fatahi.hamid@ut.ac.ir

Abstract

Today, start-ups play an important role in the economic growth in developed countries, and in the meantime, this type of business can play a decisive role in the realization of a resilient economy and the establishment of appropriate methods of economic defense. Accordingly, in the present study, we seek to answer the question of how start-ups help achieve a resilient economy and economic defense? The present study is applied in terms of purpose and uses the qualitative research method in the form of structured grounded theory. For this purpose, based on the analysis of in-depth interviews conducted with 11 managers and experts of start-up businesses, the process of the phenomenon under study was discovered. Data analysis was performed based on open, axial and selective coding methods. The model obtained from this study shows that the main category that is the common chapter between start-ups and resistance economics is the tendency towards knowledge-based economics. Among the causal factors influencing this process include the components of business owner mentality, inward looking, value-oriented model, risk-taking and teamwork; Environmental factors including government, media, academia and social environment; Intermediate or contextual factors including networking, culture, governing institutions, human capital, education system and social capital; Strategies and actions include financing, management consulting, accelerators, entrepreneurial intent and productivity that lead to the creation of economic and defense value as well as increased economic resilience.

Keywords: Start-ups, Resistance economics, Economic defense, Grounded theory.