

نقش کسب‌وکارهای نوپا در اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی

محمدرضا رنجبر فلاح^۱

حمیدرضا فتاحی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۱۵

تاریخ ارسال: ۱۳۹۹/۰۲/۲۴

چکیده

امروزه تقابل اقتصادی در برخی از موارد، از جمله مقابله برخی قدرت‌های غربی با جمهوری اسلامی ایران، از حد متعارف آن خارج شده و به جنگ تمام عیار 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 داد و ستد است. در پژوهش حاضر که در زمره تحقیقات کاربردی قرار می‌گیرد و از روش‌های آمیخته اکتشافی - مدل ایجاد گونه شناسی - به‌عنوان راهبرد پژوهشی استفاده می‌کند، ابتدا به تبیین مفهوم کسب‌وکارهای نوپا و نقش این کسب‌وکارها در اقتصاد دفاعی پرداخته شده است، سپس با توجه به بیانات مقام معظم رهبری و ادبیات موجود مفهوم اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی و مؤلفه‌های آن‌ها شرح داده شده است. سپس به بررسی نقش کسب‌وکارهای نوپا در اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی پرداخته می‌شود.

واژگان کلیدی: کسب‌وکارهای نوپا، اقتصاد درون‌زا، اقتصاد مقاومتی، دفاع اقتصادی.

^۱ استادیار گروه اقتصاد دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. (rfallah@pnu.ac.ir)

^۲ کارشناس ارشد کارآفرینی، دانشگاه کاشان، اصفهان، ایران. نویسنده مسئول. (Hamidrezafatahi70@gmail.com)

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 برخی 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 بازاریابی، 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). به‌زعم 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. بر طبق گزارش سازمان توسعه همکاری‌های اقتصادی (OECD) در سال ۲۰۱۹ کسب و کارهای نوپا حدود ۷۰ درصد از کل کسب و کارهای ایجاد شده

در اتحادیه اروپا را تشکیل داده اند و ۴۰ درصد ارزش افزوده ایجاد شده در کشورهای عضو این اتحادیه توسط کسب و کارهای نوپا ایجاد شده است. در کشور ما نیز در سیاست های ابلاغی مقام معظم رهبری توسعه کارآفرینی و به حداکثر رساندن مشارکت آحاد جامعه در فعالیت های اقتصادی با تسهیل و تشویق همکاری های جمعی و لزوم استفاده از کسب و کارهای دانش بنیان در این زمینه بارها مورد تاکید قرار گرفته است که با توجه تعاریف موجود کسب و کارهای نوپا بهترین شیوه نیل به این هدف خواهد بود. بنابراین مسئله کسب و کارهای نوپا یکی از مهم ترین پیش ران های اقتصاد مقاومتی و همچنین با توجه به شرایط خاص و لزوم نگاه به داخل در اقتصاد امروز کشور از مهم ترین مؤلفه های دفاع اقتصادی محسوب می شود.

با توجه به جدید بودن گفتمان اقتصاد مقاومتی و مغفول ماندن بسیاری از جنبه های آن، دخیل نمودن نقش کسب و کارهای نوپا در چگونگی تقویت و دستیابی به اقتصاد مقاومتی درون زا که خواست اصلی مقام معظم رهبری است، از نوآوری های پژوهش پیش روی است. در پژوهش حاضر 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 معظم رهبری و ادبیات موجود مفهوم اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی و مؤلفه های آن ها شرح داده می شود و به بررسی نقش کسب و کارهای نوپا در اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی و همچنین بررسی ظرفیت های و الزامات گسترش کسب و کارهای نوپا در اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی پرداخته می شود.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کسب و کارهای نوپا روشی برای پیشرفت ایده های نو جهت حل مشکلات مختلف و جذب سرمایه برای به ثمر رساندن ایده ها و کسب سرمایه از طریق آن ایده ها است. این ایده ها معمولاً ولی نه لزوماً، در زمینه تکنولوژی های سطح بالا ارایه می شوند، زیرا تولیدات آنها بیشتر نرم افزاری است که به راحتی تولید و تکثیر می شوند (سلام زاده و همکاران، ۲۰۱۵). کسب و کارهای نوپا غالباً بر پایه ایده های ریسک پذیرند که مدل کسب و کاری مشخصی ندارند و دارای بازار فرضی هستند؛ بنابراین کسب و کارهای نوپا دارای هزینه راه اندازی کمتر، ریسک بیشتر و توان بالقوه بالا برای بازگشت سرمایه هستند. در شرکت های نوپا، افرادی با ایده های نو در جست و جوی روش هایی 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 راه اندازی کسب و کار به واسطه آزمایش، باید محصولات ناشی از کسب و کار در بازار اعتبار سنجی شوند. این رویکرد بر آزمایش علمی، ارائه تکرار شدنی محصول و بازخورد مشتریان استوار است (ریز، ۲۰۱۱). به طور گسترده، کسب و کارهای نوپا یا استارت آپ ها از نوآوری های بسیار متنوعی استفاده می کنند: اکتشافات بدیع علمی، استفاده از تکنولوژی های موجود برای کاربردهای جدید و متفاوت، اتخاذ و توسعه مدل کسب و کار 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 (بانسال^۱، ۲۰۱۲).

واژه اقتصاد دانش‌بنیان اولین بار توسط سازمان توسعه و همکاری اقتصادی ابداع شد و به‌عنوان اقتصادی که بر اساس تولید، توزیع و استفاده از دانش و اطلاعات قرار دارند تعریف شد (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۲، 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^۳، 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^۴، 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^۵، ۱۹۹۱). از تعاریف فوق استنباط می‌شود که اقتصاد دانش‌بنیان یکی از مولفه‌های اصلی اقتصاد درون‌زا است که محور اصلی اقتصاد مقاومتی در نظر گرفته می‌شود.

رهبر معظم انقلاب درباره ارزش شرکت‌های دانش‌بنیان می‌فرماید: «شرکت‌های دانش‌بنیان یکی از بهترین مظاهر و مؤثرترین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی به شمار می‌روند. از این‌رو، از وظایف بنیاد ملی نخبگان است که از یک‌سو به رشد و شکل‌گیری شرکت‌های دانش‌بنیان کمک کند و از سوی دیگر استعداد‌های برتر و نخبگان را به سمتی سوق دهد و هدایت کند که محل رشد آن‌ها در مراکز مشابه شرکت‌های دانش‌بنیان باشد». رهبر معظم انقلاب اسلامی یکی از راه‌های عبور از مقطع حساس و سرنوشت‌ساز کنونی را، جدی گرفتن اقتصاد مقاومتی خواندند و تأکید کردند: یکی از بهترین مظاهر و مؤثرترین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی، شرکت‌های دانش‌بنیان است که می‌توانند اقتصاد مقاومتی را پایدارتر کنند. مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از محققان، پژوهشگران، متخصصان و نوآوران در عرصه علم و فناوری، و مسئولان شرکت‌های دانش‌بنیان و پارک‌های علم و فناوری، علم را سرمایه‌ای جوشان و تمام‌نشدنی برای کشور دانستند و با اشاره به نقش اقتصاد مبتنی بر دانش و علم در ارتقای هویت ملی، قدرت سیاسی و استقلال کشور تأکید کردند: «ایران، امروز در یک مقطع ماندگار تاریخی و حساس قرار دارد که شناخت صحیح مسئولیت‌ها و ایفای آن‌ها، قطعاً ملت ایران را به افق‌های نویدبخش و آرمان‌های موردنظر خواهد رساند» (رمضان، حسنوی، ۱۳۹۰).

¹ Bansal

² OECD

³ Burke

⁴ Rooney

⁵ Mansfield

یکی از مهم‌ترین محورهایی که در سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی به آن توجه خاصی گردیده، پیشسازی 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 حفظ شده 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 بیش از اندازه 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).

دفاع اقتصادی را می‌توان مجموعه منسجم و هماهنگ از ابزارها و روش‌های مختلف شناسایی شده و طبقه بندی نقاط ضعف و آسیب پذیر اقتصاد، گمانه زنی اقدامات احتمالی دشمن اقتصادی و برنامه ریزی و مدیریت و طراحی پدافند مناسب اقدامات و تهدیدات شناسایی شده تعریف کرد (سیفلو، ۱۳۹۳). 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. در این میان کسب و کارهای نوپا به جهت ماهیت فناورانه و انعطاف پذیرشان و همچنین عدم نیاز به سرمایه گذاری کلان می‌توانند نقشی بی‌بدیل در این امر ایفا نمایند.

اقتصاد آسیب پذیر یا شکننده که نقطه مقابل اقتصاد مقاومتی به شمار می‌رود، مفهومی است که حدود دو دهه از تولد آن می‌گذرد و در واقع چندسال پس از تجربه بحران مالی شرق آسیا در سال ۱۹۹۷ مورد توجه قرار گرفت. می‌توان گفت هم‌اکنون نسبت به دهه‌های گذشته در خصوص مقاوم سازی اقتصاد آگاهی و حساسیت جهانی بیشتری وجود دارد. آخرین حلقه از آگاهی جهانی درباره اقتصاد مقاوم مربوط به گزارش رسمی اجلاس مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۱۳ است که با نام «ایجاد مقاومت ملی در برابر مخاطره‌های جهانی» منتشر شد. البته تعبیر این گزارش از مقاومت، شامل طیف وسیعی از مخاطره‌های جهانی می‌شود که فراتر از اثر

شوک های خارجی است. در این گزارش پنج بعد برای تقویت مقاومت پیشنهاد شده است: ۱. زیرسامانه اقتصاد؛ مشتمل بر جنبه هایی از قبیل محیط اقتصاد کلان، بازار کالا و خدمات، بازار مالی، بازار کار، پایداری پذیری و بهره وری و مانند آنها؛ ۲. زیرسامانه های محیط زیستی؛ ۳. زیرسامانه حکمرانی؛ ۴. زیر سامانه زیرساخت ها؛ مشتمل بر زیرساخت های حساس به ویژه مخابرات، انرژی، حمل و نقل، آب و سلامت؛ ۵. زیرسامانه اجتماعی؛ مشتمل بر سرمایه انسانی، سلامت، اجتماع و افراد (غیاثوند و رضانیان، ۱۳۹۴).

در پژوهشی که توسط کین (۲۰۱۰) با عنوان «تأثیر کسب و کارهای نوپا در ایجاد و توزیع شغل» صورت گرفت، بامطالعه روی کسب و کارهای نوپا در ایالات متحده تأثیر این نوع از کسب و کارها در بازار کار بررسی شد. در این بررسی مشخص شده که در ایالات متحده کسب و کارهای نوپا توانایی ایجاد بیش از ۳ میلیون شغل را دارند.

در تحقیقی که توسط آلوارز و همکاران (۲۰۱۸) با عنوان «اکوسیستم های کارآفرینی و انتشار کسب و کارهای نوپا» صورت گرفت، به بررسی محیط های مشوق کارآفرینی در ایالات متحده و اروپا و شرایط مناسب برای گسترش کسب و کارهای نوپا پرداخته شد.

حیدری و درخشان (۱۳۹۴) در پژوهشی با موضوع «تحلیل و اولویت بندی مؤلفه های دفاع اقتصادی در شرایط تهدید اقتصادی» با شناسایی ماهیت تهدید اقتصادی و منشأهای آن در اقتصاد ایران به تبیین و دسته بندی مؤلفه ها و راهکارهای دفاع اقتصادی پرداخته اند. در این تحقیق نشان داده شده است که تغییر رد ساختار نهادی اقتصاد جز اولین فعالیت ها در دفاع اقتصادی و ایجاد ساختارهای مقاوم است و باید اقتصاد نهادی و روش های ایجاد اصلاحات در نهادها مورد توجه ویژه قرار گیرد.

طغیانی (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «شناسایی و ترویج سبک زندگی اسلامی ایرانی در جهت دفاع اقتصادی در منظومه اقتصاد مقاومتی» به بررسی سبک زندگی اسلامی و عناصر اصلی آن پرداخته است و مؤلفه های اصلی سبک زندگی اقتصادی در شرایط دفاع اقتصادی در زمینه های فرهنگ مصرف، کار، تعاون و همکاری، ایثار و از خودگذشتگی، کارآفرینی و ... معرفی کرده است.

اخوان و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «تبیین مؤلفه های اقتصاد مقاومتی در کشور» با استفاده از روش دیمتل فازی به تبیین مؤلفه های اقتصاد مقاومتی پرداخته اند. نتایج تحقیق نشان می دهد مؤلفه فرهنگ مهم ترین پرنفوذترین عامل برای تحقق اقتصاد مقاومتی است و پیش از هر فعالیتی در جهت اقتصاد مقاومتی، ابتدا به صورت عمیق مقوله فرهنگ را مورد واکاوی قرار داد. همچنین سایر نتایج نشان می دهد مواردی مانند عوامل اجتماعی، حمایتی، فرهنگی، انسانی، دولتی و سیاسی، فناوری (نرم و سخت) و اقتصادی از عوامل ضروری تحقق اقتصاد مقاومتی است.

نوفرستی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «اقتصاد مقاومتی و راه های دستیابی به آن» به بررسی مفهوم تاب آوری اقتصادی به همراه پایداری اقتصادی می پردازد و برای اقتصاد مقاومتی تعریفی را بیان می دارد. این تحقیق

نشان می‌دهد که اقتصاد مقاومتی، باید برای نیل به اهداف رشد و توسعه اقتصادی؛ در بهینه یابی مفید، علاوه بر قیدهای معمول زیست محیطی، ملاحظات اجتماعی و ثبات اقتصادی، دو قید تاب‌آوری و پایداری اقتصادی را نیز لحاظ کند و به‌عبارت‌دیگر اقتصاد مقاومتی حاصل یک بهینه یابی مفید است. همچنین بیان می‌دارد که دو دسته اقدامات برای مقاوم‌سازی اقتصاد قابل انجام است، یک دسته قبل وقوع بحران و دسته دیگر پس از آنکه بحران حادث شد.

بیرانوند و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیق با عنوان «برآورد شاخص‌های اقتصاد مقاومتی» با در نظر گرفتن سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و با توجه به ادبیات موجود شاخص‌هایی را برای اندازه‌گیری مقاومت اقتصادی ایران ارائه می‌نمایند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که آسیب‌پذیری تجاری، مقاومت تجاری، ثبات اقتصاد کلان و توسعه اجتماعی و رفاه از شاخص‌های اصلی مقاومت اقتصادی در ایران به شمار می‌روند.

پاداش (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان «مکانیسم توسعه کارآفرینی نوپا در ایران در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی» مکانیسم‌های توسعه کارآفرینی نوپا در کشور را با توجه به چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی بررسی نموده است. یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که جذب و ارزش نهادن بر استعدادهای موجود در هر منطقه یکی از پیشران‌های اصلی بروز کارآفرینی نوپا در بسیاری از مناطقی است که اکوسیستم مناسبی برای کارآفرینی نوپا دارند. همچنین 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 در کشور هستند.

۳. روش‌شناسی پژوهش

تحقیق به لحاظ هدف، کاربردی است و از روش‌های آمیخته اکتشافی - مدل ایجاد گونه شناسی - به‌عنوان راهبرد پژوهشی استفاده کرده است. مرحله اول این پژوهش به‌صورت کیفی انجام شده است؛ راهبرد پژوهشی مطالعه بنیادی است. بدین منظور ابتدا کلیدواژگان اقتصاد مقاومتی، دفاع اقتصادی و کسب‌وکارهای نوپا به‌منظور جستجوی اسناد علمی در پایگاه‌های اطلاعات علمی مورد استفاده قرار گرفت و کلیه کتب و مقالاتی که به‌نوعی تبیین‌کننده، این موضوعات بودند، مورد استخراج قرار گرفت. جامعه آماری این پژوهش، پژوهشگران دانشگاهی در زمینه کسب‌وکارهای نوپا، اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی در دانشگاه‌های شیراز، اصفهان و دانشگاه تهران است. نمونه تحقیق حاضر اعضا هیئت‌علمی و دانشجویان دکتری و کارشناسی ارشد دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی دانشگاه شیراز؛ گروه‌های اقتصاد و مدیریت دانشکده اقتصاد و علوم اداری دانشگاه اصفهان و دانشکده‌های مدیریت و کارآفرینی دانشگاه تهران است.

برای جمع‌آوری داده‌ها در رابطه با اقتصاد مقاومتی، از رهنمودها، منویات و سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری استفاده شده است. همچنین از روش کتابخانه‌ای برای گردآوری اطلاعات در رابطه با شناسایی مفاهیم کسب‌وکارهای نوپا و دفاع اقتصادی استفاده شده است. در بخش کیفی با بهره‌مندی از روش مطالعه اسنادی با استفاده از روش تحلیل مضمون به مطالعه اسناد مکتوبی پرداخته است که به‌نوعی تبیین‌کننده ویژگی‌های

اقتصاد مقاومتی است که با گسترش دفاع اقتصادی تقویت شده است. برای این منظور کلیدواژگان اقتصاد مقاومتی، دفاع اقتصادی و کسب و کارهای نوپا به منظور جستجوی اسناد علمی در پایگاه‌های اطلاعات علمی مورد استفاده قرار گرفت و کلیه کتب و مقالاتی که به نوعی تبیین کننده، این موضوعات بودند، مورد استخراج قرار گرفت. در ادامه با به کارگیری روش نمونه‌گیری نظری مبتنی بر چهار شاخص اصالت، اعتبار، نمایان بودن و معنادار بودن (اسکات، ۱۹۹۰) تعداد ۱۰ منبع اسنادی انتخاب گردید.

روش تحلیل داده‌ها نیز به این صورت است که محقق ابتدا واحدهای فکر را از متن استخراج کرده، سپس این واحدهای فکر را بر اساس اشتراکی که در مفاهیم آن‌ها وجود دارد مقوله‌بندی نموده و در نهایت مقوله‌ها بر اساس ارتباطی که با یکدیگر ممکن است داشته باشند در طبقات جداگانه‌ای تحت عنوان مضامین قرار می‌گیرند. روش‌های کیفی با درک، توصیف، اکتشاف و گمانه‌زنی و روش‌های کمی با پیش‌بینی، نظارت، شرح، اثبات‌پذیری و آزمون نظریه سروکار می‌یابد.

اهداف پژوهشی عبارت بودند از:

۱. شناسایی مفاهیم کسب و کارهای نوپا
۲. شناسایی مفاهیم اقتصاد مقاومتی
۳. شناسایی مفاهیم دفاع اقتصادی

روال کار چنین است که مفاهیم اصلی و عمده را که قرار است روی آن‌ها کارکنیم تعیین کرده سپس با به کارگیری آن‌ها در متون و مبانی نظری سعی در کشف زیر مقوله‌های بیشتری در این رابطه می‌کنیم. این بدین معنا است که به زیر مقوله‌های بیشتری در این زمینه‌ها دست پیدا کنیم و پیچیدگی بیشتری را از بطن متون شناسایی می‌کنیم. این کار در سه مرحله کدگذاری انجام خواهد پذیرفت که به ترتیب عبارت‌اند از کدگذاری باز، محوری و گزینشی. در کدگذاری باز اعمال کدها به صورت کدبندی پاراگراف به پاراگراف خواهد بود.

در مرحله کدگذاری محوری مقایسه‌های نظری برای درک بهتر روابط مابین مقولات اصلی صورت پذیرفت و در پایان در مرحله کدگذاری گزینشی به سطح بالاتری از تفکر انتزاعی رسیدیم و تمامی یافته‌ها در یک یا چند مقوله هسته‌ای جایگذاری شد. پس از انجام این مراحل مفاهیم عمده شناخت نیازها، خلق ایده، اشتراک ایده، تأمین سرمایه‌گذاری و جذب مشتری در خصوص کسب و کارهای نوپا؛ اصلاح امور اداری در راستای اقتصاد مقاومتی، بازتعریف برنامه‌ها و سیاست‌های اقتصادی کشور بر اساس اصول اقتصاد مقاومتی و دید اجتماعی در خصوص اقتصاد مقاومتی، حمایت از تولیدات داخلی، خوداتکایی و توسعه صادرات در خصوص دفاع اقتصادی شناسایی گردید.

روش‌های تحقیق کیفی و کمی نه تنها با یکدیگر هیچ‌گونه تداخلی نداشته بلکه اگر هم‌زمان با یکدیگر انجام شوند نتایج بهتری خواهند داشت. داده‌های کمی گردآوری شده به تنهایی کافی نبوده و مادامی که با اطلاعات واقعی به دست آمده از اسناد و متون و همراه نباشند، دقیق نخواهند بود. لازم به ذکر است که در بخش کیفی

تمامی مقوله‌های اولیه و عمده شناسایی گردید و در مرحله بعد بارهای عاملی مرتبط با هر کدام از متغیرها محاسبه گردید و در این بین متغیرهای شناسایی شده با بار عاملی کمتر از ۰/۵ حذف گردیدند.

۴. تجزیه و تحلیل داده ها و یافته‌های پژوهش

۴-۱. یافته‌های توصیفی

در جدول شماره (۱) ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه آماری مورد استفاده شرح داده شده است:

جدول شماره (۱) ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه آماری

درصد فراوانی ≈	فراوانی	ابعاد
۲/۰۰	۸	استاد
۱۳/۸۰	۵۳	دانشیار
۱۴/۵۸	۵۶	استادیار
۷/۸۱	۳۰	مربی
۲۴/۷۳	۹۵	دانشجوی دکتری و پسا دکتری
۳۶/۹۷	۱۴۲	دانشجوی کارشناسی ارشد

۴-۲. آزمون نرمالیتی داده‌ها

یکی دیگر از آزمون‌هایی که در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفته است، آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف می‌باشد. در واقع، محقق برای اینکه تشخیص دهد که در این تحقیق باید از آزمون‌های پارامتریک استفاده کند یا آزمون‌های ناپارامتریک، از آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف بهره گرفته است. حال، جهت بررسی نرمال بودن داده‌ها در این تحقیق، فرض صفر مبنی بر اینکه توزیع داده‌ها نرمال است در سطح خطای ۰/۰۵ در نظر گرفته شده است. چنانچه مقدار معناداری کوچک‌تر یا مساوی سطح خطا (۵٪) به دست آید، در این صورت دلیلی برای رد فرض صفر وجود نخواهد داشت. به عبارت دیگر توزیع داده‌ها نرمال خواهد بود. برای آزمون نرمالیت، فرض‌های آماری به صورت زیر تنظیم شده است:

H0: توزیع داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال است.

H1: توزیع داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال نیست.

با توجه به موارد فوق، نتایج آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف در جدول (۲) آورده شده است:

جدول شماره (۲) آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف برای متغیرهای تحقیق

متغیر	کولموگوروف - اسمیرنوف	سطح معناداری
کسب و کارهای نوپا	۰/۱۲۵	۰/۰۸۰
اقتصاد مقاومتی	۰/۱۰۸	۰/۲۰۰
دفاع اقتصادی	۰/۱۷۶	۰/۰۰۰

همان‌گونه که در جدول بالا مشاهده می‌گردد آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای متغیرهای تحقیق معنادار نیست و بنابراین متغیرهای تحقیق دارای توزیع غیرنرمال بوده و می‌بایست از تحلیل‌های ناپارامتریک برای تحلیل داده‌ها استفاده کرد.

۳-۴. یافته‌های استنباطی

در این تحقیق از روش مدل یابی معادلات ساختاری با رویکرد مبتنی بر حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار Smart PLS 2 جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق و برازندگی مدل استفاده می‌کنیم. ضمن اینکه بر اساس ساختار مدل یابی مسیر حداقل مربعات جزئی، باید روایی هر بخش از مدل (مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی) مورد تأیید قرار گیرد که در قسمت‌های زیر به تفکیک به آن‌ها اشاره شده است.

۴-۴. برازش مدل اندازه‌گیری

برازش مدل با استفاده از معیارهای پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا بررسی شد. برای بررسی میزان پایایی از دو معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده گردید. باید خاطر نشان کرد مقدار این دو معیار می‌بایست بزرگ‌تر یا مساوی با ۰/۷ باشد تا پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول باشد. همچنین، روایی پرسشنامه نیز توسط دو معیار روایی همگرا و روایی واگرا بررسی شد. برای ارزیابی روایی همگرا از معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شد که مقدار قابل قبول برای آن می‌بایست بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۵ باشد (هایر^۱ و همکاران، ۲۰۱۱). نتایج این معیارها برای متغیرها و ابعاد آن‌ها در جدول (۳) آورده شده است:

جدول شماره (۳) آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و واریانس استخراج شده سازه‌های تحقیق

سازه‌های تحقیق	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)
کسب‌وکارهای نوپا	۰/۸۲۷	۰/۸۵۹	۰/۸۳۰
اقتصاد مقاومتی	۰/۷۹۳	۰/۸۴۰	۰/۸۸۴
دفاع اقتصادی	۰/۷۳۸	۰/۸۰۰	۰/۸۵۶

همان‌گونه که از جدول (۳) مشخص است، تمامی مقادیر پایایی ترکیبی سازه‌های پژوهش از ۰/۷ بیشتر است، همچنین مقدار AVE نیز برای سازه‌ها بزرگ‌تر از ۰/۵ به دست آمده است، و این مطلب مؤید این است که پایایی و روایی همگرایی مدل پژوهش در حد قابل قبول است. نتایج بررسی روایی واگرا نیز در جدول (۴) بیان شده است:

¹ Hair

ضریب مربوط به مسیر متغیرهای پژوهش همگی بیشتر از ۱/۹۶ بوده (حد استاندارد) و در نتیجه فرضیه‌های پژوهش دارای سطح مناسبی از معناداری بوده و تأیید می‌شوند. جدول (۵) نتایج آزمون معناداری را نشان می‌دهد.

جدول شماره (۵) سطح معناداری روابط بین متغیرها

روابط	آماره تی	نتیجه
کسب و کارهای نوپا ← اقتصاد مقاومتی	۲۷/۰۲۲	تأیید
کسب و کارهای نوپا ← دفاع اقتصادی	۷۳/۳۵۳	تأیید

ضریب تعیین (R^2)، اندازه تأثیر (f^2) و مقدار معیار سنجش (Q^2) معیارهای دیگری هستند که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار می‌روند. نتایج در جدول (۶) آورده شده است:

جدول شماره (۶) اثرات بر متغیر درون‌زا و مقادیر کیفیت مدل ساختاری

عنوان	ضریب تعیین (R^2)	اندازه تأثیر (f^2)	مقدار معیار سنجش (I-SSE/SSO)
اقتصاد مقاومتی	۰/۷۶۵	-	۰/۵۸۷
کسب و کارهای نوپا ← اقتصاد مقاومتی	-	۰/۵۳۲	-
دفاع اقتصادی	۰/۸۸۸	-	۰/۳۹۵
کسب و کارهای نوپا ← دفاع اقتصادی	-	۰/۶۱۱	-

سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ برای ضریب تعیین (چین، ۱۹۹۸)، و سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ برای اندازه تأثیر و مقدار معیار سنجش، به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی شده‌اند (هنسلر، رینگل و سینکویکس^۱، ۲۰۰۹). که مقادیر به دست آمده نشان از قابل قبول بودن برازش مدل ساختاری است.

۴-۶. برازش مدل کلی

علاوه بر معیارهای مذکور جهت سنجش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری که در بالا به آن‌ها اشاره شد از شاخصی به اسم نیکویی برازش، معرفی شده توسط تننهاوس و همکاران (۲۰۰۴) برای سنجش کلی مدل استفاده می‌کنیم. این معیار هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را مدنظر قرار می‌دهد. در واقع، توسط این معیار محقق می‌تواند پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش خود، برازش

¹ Henseler, Ringle and Sinkovics

بخش کلی را نیز کنترل نماید. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای آن معرفی نموده‌اند.

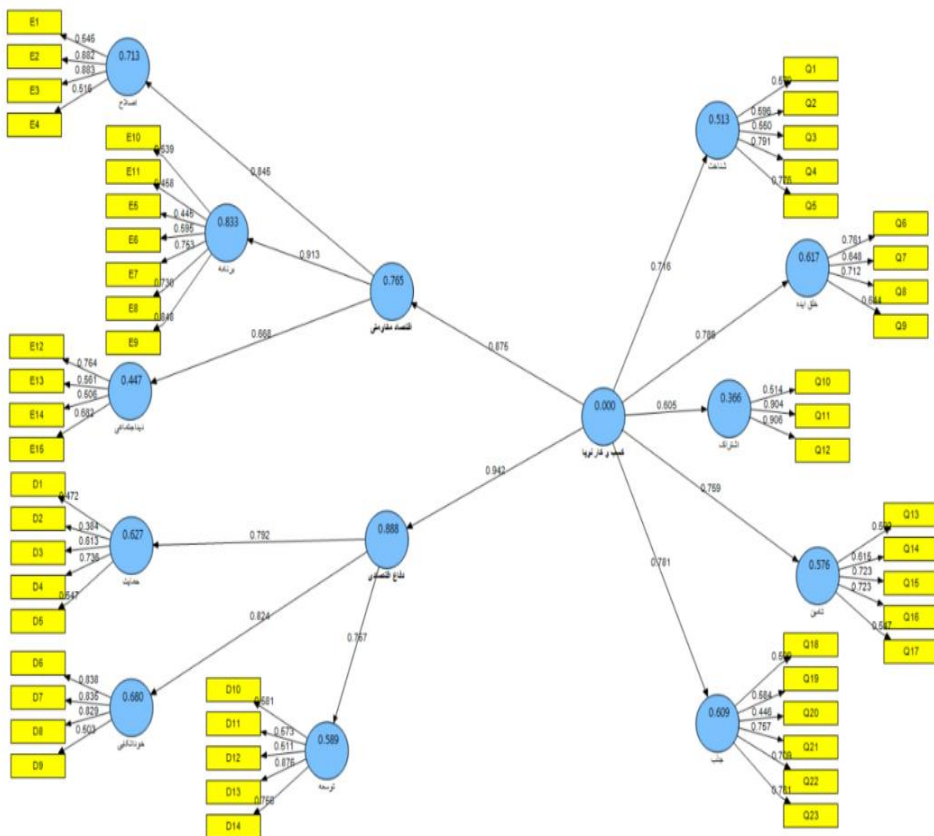
رابطه (۱)

$$GOF = \sqrt{Com} \times R^2 = \sqrt{0/857 \times 0/826} = 0/841$$

با توجه به مقادیر معیار برای سنجش مدل کلی، عدد به دست آمده (۰/۸۴۱) نشان از برازش کلی قوی برای مدل پژوهش دارد.

۴-۷. آزمون فرضیه‌های تحقیق

پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، ساختاری و مدل کلی محقق اجازه می‌یابد که به بررسی و آزمون فرضیه‌های پژوهش خود بپردازد. شکل (۲) آزمون تخمین استاندارد مدل تحقیق را نشان می‌دهد:



شکل شماره (۲) آزمون تخمین استاندارد

اثرات متغیرهای مدیریت راهبردی، جو اخلاقی و عملکرد شغلی با استفاده از روش معادلات ساختاری در دو حالت اعداد معناداری برای بررسی فرضیه‌ها و تخمین استاندارد برای بررسی شدت تأثیر متغیرها بر هم بررسی و نتایج در جدول (۷) درج شده است.

جدول شماره (۷) نتایج مدل ساختاری

نتیجه	ضریب مسیر	اعداد معناداری	مسیر ساختاری
			اثرات مستقیم
تأیید	۰/۸۷۵	۲۷/۰۲۲	کسب و کارهای نوپا ← اقتصاد مقاومتی
تأیید	۰/۹۴۲	۷۳/۳۵۳	کسب و کارهای نوپا ← دفاع اقتصادی

مطابق با نتایج به دست آمده در جدول (۷) ضرایب معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ برای تمامی فرضیه‌های پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است و نتایج حاکی از ارتباط مستقیم تمامی فرضیه‌های پژوهش است. از جمله نتایج به دست آمده می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

فرضیه ۱: کسب و کارهای نوپا بر اقتصاد مقاومتی تأثیر مثبت و معنادار دارد

ضریب مسیر بین مؤلفه‌های این فرضیه ۸۷/۵ به دست آمده است. مقدار آماره t نیز ۲۷/۰۲۲ به دست آمده است که از ۱/۹۶ بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. لذا کسب و کارهای نوپا به طور مستقیم و مثبت بر اقتصاد مقاومتی تأثیر می‌گذارد و به میزان ۸۷/۵٪ از تغییرات اقتصاد مقاومتی را تبیین می‌نماید.

فرضیه ۲: کسب و کارهای نوپا بر دفاع اقتصادی تأثیر مثبت و معنادار دارد.

ضریب مسیر بین مؤلفه‌های این فرضیه ۹۴/۲ به دست آمده است. مقدار آماره t نیز ۷۳/۳۵۳ به دست آمده است که از ۱/۹۶ بزرگ‌تر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. لذا کسب و کارهای نوپا به طور مستقیم و مثبت بر دفاع اقتصادی تأثیر می‌گذارد و به میزان ۹۴/۲٪ از تغییرات دفاع اقتصادی را تبیین می‌نماید.

۵. نتیجه گیری و پیشنهادها

۵-۱. نتیجه گیری

با توجه به آزمون همبستگی، به تجزیه و تحلیل فرضیه‌های تحقیق می‌پردازیم. تمام آثار اعم از مقاله، رساله و کتاب‌هایی که گزارش‌هایی در پیوند مستقیم با فرمایشات مقام معظم رهبری در رابطه با اقتصاد مقاومتی و دفاع اقتصادی ذکر کرده‌اند مراجعه شد و آن‌ها را بر اساس اهداف خواسته شده کدگذاری گردید. در نتیجه این کدگذاری‌ها، ۵۲ مفهوم استخراج شد، که در زیر به آن‌ها اشاره شده است:

شناخت نیاز مردم، شناخت فرهنگ حاکم بر مصرف، شناخت نیازهای مصرفی مردم، شناخت انواع خدمات مورد نیاز در جامعه، شناخت علاقه‌های مصرفی جامعه، تفکر خلاق، ارائه راهکار، آزادی در بیان ایده، پرورش تفکر

واگرایی، اطلاع از نظر دیگران، انتقال دانش، اتخاذ تصمیم بر اساس انتقادات وارده، جذب سرمایه‌گذار، ارائه تضمین‌های معتبر جهت تشویق سرمایه‌گذار، خودگردانی، اخذ وام، تأمین سرمایه از جانب دوستان و آشنایان، اخذ سود کم برای دوره‌های کوتاه‌مدت، تخفیف بیشتر برای ارائه خدمات، تفهیم مشتریان، توجه به نیازهای مشتریان، انتقادپذیری، درک مشتریان، توسعه کارآفرینی، افزایش تولیدات داخلی، تکمیل زنجیره تولید، حرکت بر اساس برنامه‌های اقتصادی، ترویج و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان، پرهیز از دید کوتاه‌مدت و زودگذر به مسائل اقتصادی کشور، کاهش اسراف و وابستگی به خارج، مدیریت مصرف، حمایت از تولیدات داخلی، مردمی کردن اقتصاد، مبارزه با مفاسد اقتصادی، مدیریت درست منابع ارزی، نرخ رشد اقتصادی بالا، سرمایه اجتماعی بالا، افزایش توجه بیشتر به مردم، تقویت انسجام اجتماعی، توجه به نیازهای داخلی، ایجاد ثبات اقتصادی، اصلاح الگوی مصرف، اصلاح نظام پولی و مالی، توسعه کشاورزی، مصون‌سازی با استفاده از پدافند غیرعامل، ارتقاء و افزایش تحمل فشارهای اقتصادی در بین مردم، توسعه سیستم‌های بازتولید برخی از کالاهای مصرفی، گسترش روابط تجاری با کشورهای همسایه، شناسایی نیازهای کشورهای همسایه جهت تولید و صادرات، جایگزینی واردات، تسهیل سازوکارهای صادرات و تشویق و ارائه تسهیلات ویژه به صادرکنندگان تولیدات داخلی. نتیجه این قسمت با مطالعات کین (۲۰۱۰)، پاداش (۱۳۹۵) و آلوارز و همکاران هم‌راستا است.

کسب و کارهای نوپا برآمده از بخش خصوصی و توانمندی مردمی هستند. این همان ویژگی است که یک اقتصاد مقاومتی دنبال می‌کند. در چنین اقتصادی به توانمندی مردمی توجه می‌شود. همچنین با توجه به نتایج پژوهش می‌توان گفت که دومین ویژگی کسب و کارهای نوپا آن است که بدون رفع نیاز مردم، درآمدی به دست نمی‌آورند و سومین ویژگی کسب و کارهای نوپا این است که باید نوآور باشند تا بتوانند در عرصه رقابت اقتصادی باقی بمانند؛ از همین رو مسائل را با روش‌های خلاق‌تر حل می‌کنند. پس از طریق کسب و کارهای نوپا می‌توان بهتر از گذشته یک مسئله را حل کرد. درعین حال کسب و کارهای نوپا اشتغال آفرین هم هستند و به اقتصاد مقاومتی کمک می‌کنند. این نتیجه با نتایج تحقیقات پاداش (۱۳۹۵) هم‌راستا است.

کسب و کارهای نوپا، سازوکارهای سنتی برای حل یک مشکل را به چالش می‌کشند. سازوکارهای سنتی ممکن است در طول زمان دچار فساد هم شده باشند. راه‌حل ایجادشده توسط یک کسب و کار نوپا می‌تواند بیشتر متناسب با نیاز مردم باشد. به‌طور مثال بسیاری از کسب و کارهای نوپا، در حوزه‌های مختلف، واسطه‌ها و دلالان را از چرخه اقتصادی حذف کرده‌اند. از همین رو، با رویکرد نوآورانه کسب و کارهای نوپا، بسیاری از مفسده‌ها از بین می‌روند و فرایندهایی در رقابت باقی می‌مانند که اتفاقاً توانسته‌اند سازوکار سنتی کسب‌وکار را برهم بزنند. از همین رو کسب و کارهای نوپا یکی از ابزارهای مناسب برای جایگزینی با مکانیسم‌های سنتی هستند. توجه داشته باشید که با توجه به مطالب ذکرشده، نتیجه این بخش با بیرانوند و همکاران (۱۳۹۶) و نوفرستی (۱۳۹۵) همسو است.

عمده اعتراضات به فعالیت کسب و کارهای نوپای جدید، از سوی افراد دارای رانتی مطرح می‌شود که منافعیان مورد حمله واقع شده است. از همین رو یکی از اقدامات دولت، مقابله با اعتراضاتی از جنس رانت و لابی است. هرچند برخی مواقع ممکن اعتراضاتی نیز به حق هم باشد.

۲-۵. پیشنهادهای کاربردی

با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهادهای کاربردی زیر پیشنهاد می‌گردد:

- به بخش های دولتی پیشنهاد می شود با اصلاح امور اداری در راستای اقتصاد مقاومتی از جمله تسریع روند مجوزات، استفاده از پنجره های یکپارچه، اعطای کمک های مالی، گسترش محیط های کار اشتراکی دولتی و دانشگاهی و ... شرایط ایجاد کسب و کارهای نوپا جهت دستیابی به اقتصاد دانش محور و درونزا فراهم آورند.

- به بخش قانون گذاری کشور پیشنهاد می شود با توجه به برنامه های پیشرفت تدوین شده در سال های قبل و پتانسیل های موجود در آنها به بازتعریف برنامه ها و سیاست های اقتصادی کشور بر اساس مولفه های اقتصاد مقاومتی مانند خصوصی سازی و مردمی کردن اقتصاد در قالب کسب و کاری کوچک و متوسط و نوپا، الزام دولت به گسترش تجارت غیرنفتی و حمایت از کسب و کارهای نوپا، مقررات زدایی در عرصه آزادی کسب و کارهای نوپا و دوری از سیاست های انحصاری بپردازد.

- به صدا و سیما که در کشور ما بخشی از نظام محسوب می شود و در سند اقتصاد مقاومتی نیز به آن اشاره شده است پیشنهاد می شود با ایجاد بسترهای مناسب و فرهنگ سازی صحیح به تغییر دید اجتماعی و فرهنگی افراد از فعالیت های سفته بازی و دلالی به فعالیت های مولد و نوپا مبادرت ورزد.

- به بخش خصوصی و صاحبان سرمایه پیشنهاد می شود با توجه به تجربه موفق دنیا در زمینه سرمایه گذاری در کسب و کارهای نوپا به این بخش به عنوان فرصت نگاه کنند و با گسترش علمی سرمایه گذاری خطرپذیر علاوه بر بازگشت مناسب سرمایه خود به تحقق اقتصاد دانش بنیان و درونزا نیز کمک نمایند.

- به بخش دانشگاهی کشور پیشنهاد می شود که با توجه به پتانسیل بالای نیروی انسانی در اختیار اهم از دانشجویان و اساتید ظرفیت ارتباط موثر صنعت و دانشگاه را ایجاد نمایند و با گسترش و کیفی سازی مراکز رشد دانشگاهی، پارک های علم و فناوری، هسته های علمی اقتصادی و فضاهای کار اشتراکی زمینه ایجاد کسب و کارهای نوپا را فراهم آورند.

- به سازمان های نظامی پیشنهاد می شود با توجه به ظرفیت بالایی از منابع انسانی و فیزیکی موجود در سازمان های نظامی که در زمان صلح بلااستفاده می باشد با تزریق روح نوآوری و تشویق ایده پردازی و همچنین جایگزینی ساختار مکانیکی موجود با ساختار ارگانیک و پویا به منظور ایجاد خودکفایی و قطع وابستگی به خارج از شرایط را برای ایجاد کسب و کارهای نوپا و نوآور و دفاع اقتصادی در درون سازمان خود فراهم آورند.

منابع و مأخذ

منابع فارسی

- اخوان، پیمان؛ ایمانی، ساناز و نبی زاده، معصومه (۱۳۹۴). تبیین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی در کشور، فصلنامه راهبرد دفاعی، دوره ۱۴، شماره ۵۳، ص ۱-۳۶.
- بختیاری، ایرج (۱۳۹۵). تأثیر مؤلفه‌های دفاع اقتصادی کشور بر دفاع همه‌جانبه، فصلنامه راهبرد دفاعی، دوره ۱۴، شماره ۵۴، ص ۹۳-۱۲۴.
- بیرانوند، مرتضی؛ نصرافصهانی، علیرضا و آقارضا درمنی، محمد (۱۳۹۶). برآورد شاخص‌های اقتصاد مقاومتی، سیاست‌های راهبردی و کلان، دوره ۵، ص ۲۱-۴۴.
- پاداش، حمید (۱۳۹۵). مکانیسم‌های توسعه کارآفرینی نوپا در ایران در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی، پژوهشنامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، شماره ۱ (پیاپی ۴۴)، ص ۱-۳۷.
- تار، 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 اولویت‌بندی مؤلفه‌های دفاع اقتصادی در شرایط تهدید اقتصادی. فصلنامه آفاق امنیت، دوره ۸، شماره ۲۹، ص ۱۳۵-۱۷۰.
- سخ پر، میثم (۱۳۹۵). حرکت به سوی اقتصاد مقاومتی با ابزارهای تجارت الکترونیک، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه گیلان.
- طغیانی، مهدی (۱۳۹۴). شناسایی و ترویج سبک زندگی اسلامی ایرانی در جهت دفاع اقتصادی در منظومه اقتصاد مقاومتی. فصلنامه آفاق امنیت، دوره ۸، شماره ۲۵، ص ۱۳۵-۱۷۰.
- ندافی، راضیه و احمدوند، مصطفی (۱۳۹۶). شناسایی و اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه کسب‌وکارهای نوپا با استفاده از روش‌شناسی کیو. توسعه کارآفرینی، شماره ۳ (پیاپی ۳۷)، ص ۵۱۷-۵۳۴.
- نوفرستی، محمد (۱۳۹۵). اقتصاد مقاومتی و راه‌های دستیابی به آن، سیاست‌های راهبردی و کلان، شماره ۱۵، ص ۱۵۷-۱۶۸.
- نیل فروشان، هادی (۱۳۸۴). بررسی ماهیت اقتصاد دانش‌محور و ضرورت و امکان‌پذیری حرکت ایران از اقتصاد تولید محور به اقتصاد دانش‌محور، مشهد: پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه فردوسی مشهد.

منابع لاتین

- 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/>

- 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.
- Mansfield, E. (1991). Academic Research and Mdustrial Innovation. *Research Policy*, 200(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.
- Salamzadeh, A., Farsi, J.Y., Motavaseli, M., Markovic, M.R. & Kesim, H.K.(2015). "Institutional factorsaffecting the transformation of entrepreneurial universities". *International Journal of Business and Globalisation*, 14(3): 271-291.