

تدوین و تبیین الگویی برای طراحی مدل های کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی

نویسنده مسئول و هماهنگ کننده مقاله :

حسام الدین رحمانی باروجی . دانشجو دکتری مدیریت گرایش سیاستگذاری . rahmanihesamedin@gmail.com

تلفن همراه : 0912515069

استاد راهنما :

علیرضا علی احمدی . دکتری مدیریت . استاد دانشکده مهندسی پیشرفت دانشگاه علم و صنعت . pe@iust.ac.ir

استاد مشاور :

میرزا حسن حسینی . استاد دانشگاه تحصیلات تکمیلی پیام نور تهران . Ri.hosseini@yahoo.com

چکیده:

پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل اثرگذار بر مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی، انجام شد. هدف ما در این پژوهش تدوین و تبیین الگویی برای طراحی مدل های کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی است. رویکرد حاکم بر این پژوهش کیفی و روش تحقیق مورد استفاده در آن فراترکیب است که از الگوی هفت مرحله ای سندلوسکی تبعیت نموده است. بدین منظور 32 پژوهش که به طور مستقیم با موضوع پژوهش مرتبط بودند انتخاب و از طریق نرم افزار MAXQDA مورد واکاوی قرار گرفتند و 169 کد، شناسایی شد. در این مرحله پس از دسته بندی کدهای مشابه، در نهایت 34 عنوان کد در قالب 9 موضوع انتخاب و در چارچوب مدل مفهومی پژوهش ارائه شدند. بر این اساس شالوده ارزش مدار، به عنوان هسته مرکزی همه فعالیت های اجتماعی انسان بر مولفه هایی چون باورها و ارزش های اخلاقی، احکام و عقاید، ارزش ها و مسئولیت های اجتماعی بر فرایند مطالعه بازار و نیاز سنجی، معماری و طراحی خدمات، طراحی زنجیره تامین، ساختار سازمانی (سیستم ها و فرایندها)، طراحی زیرساخت ها و اهرم های توانبخش و طراحی مالی اثر می گذارد، می توان اذعان داشت که این شالوده ها درمقاوم سازی اقتصاد کشور و حفظ و توسعه کسب و کارها اثر مثبت داشته اند در غیر این صورت بایستی شالوده ها مورد بازبینی مجدد قرار بگیرند.

واژگان کلیدی: اقتصاد مقاومتی (P47) ، تاب آوری (P47) ، مدل کسب و کار (M1)

مقدمه

اقتصاد مقاومتی، گفتمانی عملی و نظری برای نمونه سازی گونه ای از اقتصاد است که برای رویارویی با گفتمان تحریم های اقتصادی از سوی رهبری بیان شده است (سامنی و همکار، 1394). اقتصاد مقاومتی، برای برداشتن گام های بلند در مسیر پیشرفت کشور، توجه به کیفیت، قیمت و تنوع تولیدات داخلی، اصلا مدیریت های اجرایی و عملیاتی با نگرش رسیدن به خودکفایی و اتخاذ تدابیری برای خوداتکایی در برخی زمینه ها لازم است (سلیمانی و همکار، 1391). اقتصاد مقاومتی به معنای آمادگی روحی و عملی برای مقابله در برابر حملات اقتصادی دشمن و پاسخ به آن در کوتاه مدت و حرکت به سوی طراحی الگوی اقتصادی اسلامی در چارچوب الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در دراز مدت است و مختص زمان تحریم و جنگ نیست (تراب زاده جهرمی و همکار، 1392). در واقع اقتصاد مقاومتی یک استراتژی چندی و چندکارکردی است که از همین منظر پیچیدگی های بسیاری در

تدوین و مدل‌سازی با این رویکرد وجود دارد و جدید بودن این مبحث به عنوان موضوعی مستقل از تئوری‌های موجود در اقتصاد بر چندوجهی کردن آن می‌افزاید. با نگاهی عمیق به نقشه ی راه معرفی شده توسط مقام معظم رهبری در جهت مقاوم ساختن اقتصاد، در کنار برشمردن الزامات و سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، در بردارنده ی این پیام است که اقتصاد مقاومتی تنها راهکار حرکت جهشی کشور به سمت رشد اقتصادی است. (سجادیه سیدعلیرضا، سمیعی نسب مصطفی بررسی ابعاد و مولفه های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیت اله خامنه ای، مطالعات انقلاب اسلامی، شماره 32، ص 46 - 31) این در حالی است که فضای کسب و کار نامساعد موجب عدم اطمینان فعالان اقتصادی و از بین رفتن انگیزه‌های سرمایه‌گذاری می‌شود که بر سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی تاثیر منفی خواهد گذاشت. چرا که بخش قابل توجهی از مقتضیات رشد اقتصادی هر کشور در گرو فضای مناسب کسب و کار در جهت سرمایه‌گذاری بیشتر است؛ بنابراین پدیدساختن سرمایه گذاری در یک فضای مناسب کسب و کار محقق می‌شود؛ به طوری که هر چه محیط کسب و کار در یک کشور مساعدتر باشد، احتمال پدیدآمدن کسب و کارهای جدید و رشد کسب و کارهای موجود بالاتر می‌رود که این خود به سرمایه گذاری بیشتر و در نتیجه رشد اقتصادی بالاتر می‌انجامد. در نتیجه دستیابی به رشد اقتصادی در یک کشور به میزان توسعه و مساعدبودن محیط کسب و کار در آن کشور بستگی دارد (برومند، 1387). از این رو پژوهش حاضر، با توجه به خلا پژوهش موجود در زمینه الگوی کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی، درصدد پاسخگویی به این سؤال اصلی است که الگو برای طراحی مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی به چه شکل است؟ عوامل اثرگذار بر الگوی طراحی مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی کدامند؟

مبانی نظری پژوهش

اقتصاد مقاومتی تعاریف، مفاهیم

اقتصاد مقاومتی یعنی تشخیص حوزه‌های فشار یا در شرایط کنونی تحریم و در پی آن تلاش برای کنترل و بی اثر کردن و در شرایط آرمانی تبدیل چنین فشارهایی به فرصت که به طور قطع باور و مشارکت همگانی و اعمال مدیریت‌های عقلایی و مدبرانه پیش‌شرط و الزام چنین موضوعی است. اقتصاد مقاومتی کاهش وابستگی‌ها و تأکید روی مزیت‌های تولید داخل و تلاش برای خوداتکایی است (فشاری و همکار، 1391). منظور از اقتصاد مقاومتی، یک اقتصاد فعال و پویاست نه یک اقتصاد منفعل و بسته چنانکه مقاومت برای دفع موانع پیشرفت در مسیر حرکت به سمت جلو تعریف می‌شود. و با تفکر اقتصاد ریاضتی تفاوت‌هایی دارد. اقتصادی ریاضتی یک طرح یکطرفه است و از ناحیه دولت‌ها به مردم تحمیل می‌شود و هدف اصلی آن کاهش هزینه‌ها و رفع کسری بودجه‌ی دولت، و به همین دلیل دولت‌ها به کاهش یا حذف ارائه برخی خدمات و مزایای عمومی دست می‌زنند. این طرح که به منظور مقابله با کسری بودجه توسط برخی دولت‌ها انجام می‌شود گاهی اوقات به افزایش میزان مالیات و افزایش دریافت وام‌ها و کمک‌های مالی خارجی نیز می‌انجامد. این در حالی است که اقتصادی مقاومتی برای یک ملت، حتی در شرایط فشار و تحریم، زمینه رشد و شکوفایی را فراهم می‌کند. از این منظر اقتصاد مقاومتی دارای روح ارزشی غایت‌گرفته از مکتب است، بر اقتصاد ریاضتی ارجح است اما باید به این نکته توجه داشت که مقاومت حاکی از وجود شرایط سخت و غیر عادی است به دلیل وجود کمبودها و در عین حال تصمیم برای توسعه و پیشرفت کشور است. در چنین شرایطی محدودیت اجتنابناپذیر است، چرا که جامعه نمی‌تواند در مصرف و تخصیص منابع آزادانه و دست و دل‌بازانه عمل کند. از این‌رو اقتصاد ریاضتی بخشی از اقتصاد مقاومتی و لازمه آن است (مکیان، 1395). بنابراین اقتصاد مقاومتی یک نظام اقتصادی است که هماهنگ با سیاست‌های کلان سیاسی و امنیتی نظام اسلامی و برای مقاومت در برابر اقدامات تخریبی شکل بگیرد تا بتواند در برابر ضربات اقتصادی تحریم‌ها و توطئه‌های گوناگون اقتصادی نظام استکبار مقاومت کرده و توسعه و پیشرفت خود را ادامه دهد و روند رو به رشد همه جانبه خود را در ابعاد ملی، منطقه‌ای و جهانی حفظ کند. اقتصاد مقاومتی

رابطه نزدیکی با انسجام ملی دارد. منظور از اقتصاد مقاومتی واقعی یک اقتصاد مقاومتی فعال و پویاست نه یک اقتصاد منفعل و بسته به طوری که کشور ضمن مقاومت در مقابل موانع و ناملازمات مسیر خود، روند پیشرفت پایدار خود را حفظ کند (سامی و همکار، 1394). لذا می‌توان اذعان داشت که اقتصاد مقاومتی راهکار یک کشور در شرایط خاص است که به تولید و توزیع کالاهای خاص و سرمایه‌گذاری برای کاهش وابستگی به کشورهای دیگر، به ویژه کشورهای متخاصم، در شرایط بحرانی می‌پردازد. (دو فصلنامه علمی-تخصصی اسلام و مدیریت، ص 111-85)

مدل کسب و کار در اقتصاد مقاومتی

در این میان محیط کسب و کار یکی از عوامل اثرگذار بر عملکرد بنگاه‌های اقتصادی است که مدیران یا مالکان بنگاه‌ها نمی‌توانند آنها را تغییر داده یا بهبود بخشند؛ به طوری که محیط کسب و کار نامناسب، هزینه عملکرد بنگاه‌های اقتصادی را افزایش می‌دهد و باعث از بین رفتن انگیزه سرمایه‌گذاری و نیز عقب ماندن تولیدکنندگان کشور از رقبای جهانی می‌شود (امیری و همکار، 1397). مروری بر ادبیات مدل‌های کسب و کار، حاکی از آن است که هیچ مدل کسب‌وکاری نتایج مالی فوق‌العاده را تضمین نمی‌کند، اما مدل‌های کسب‌وکار موفق ویژگی‌های مشترکی دارند. اولین ویژگی مشترک مدل‌های کسب‌وکار موفق این است که ارزشی منحصر به فرد در قالب یک ایده جدید یا ترکیبی از خصوصیات محصول و خدمت با ارزش بیشتر نسبت به رقبای، قیمت پائین‌تر برای ارزش مشابه یا ارزش بیشتر برای قیمت مشابه ارائه می‌کنند. دوم اینکه مدل‌های کسب‌وکار موفق به راحتی قابل تقلید نیستند، چراکه با ایجاد یک تمایز اصلی موانعی را برای ورود سایر رقبای ایجاد و از جریان‌های درآمدی خود محافظت می‌کنند. نهایتاً، مدل‌های کسب‌وکار موفق ریشه در واقعیت دارند و بر مفروضات صحیحی درباره چگونگی رفتار مردم مبتنی هستند. البته حتی بهترین مدل‌های کسب‌وکار هم به مرور زمان کارایی خود را از دست می‌دهند و برای همپا بودن با نیازهای متغیر مشتریان، بازارها و تهدیدهای رقابتی باید تغییر کنند. (پژوهش‌های اقتصاد مقاومتی، سال دوم، شماره 4، ص 107-133)

در ادامه برخی از مهم‌ترین مدل‌های کسب و کار در جدول 2، نشان داده شده است:

جدول (2). انواع مدل‌های کسب و کار

مدل کسب و کار	ابعاد مورد توجه مدل کسب و کار
ویزور ¹	ارزش، درآمد، رابطها، سرویس، سازماندهی
اف بی بی ام ²	فناوری، سازمان، مالی، خدمات
پویا	طراحی خدمات (ارزش)، طراحی سازمان (شبکه خلق ارزش)، طراحی مالی، طراحی فناوری
ایدا ³ (IDEA)	طراحی، شناسایی، جمع‌آوری و یکپارچه‌سازی، ارزیابی
سافت ⁴	فرصت‌های بازار، پیشرفت فناوری، ارزش برای شبکه تهیه-کنندگان، ارزش برای مشتری
مدل مپیت ⁵	حوزه تاثیر، بازار، محصول، معاملات

مروری بر الگوهای طراحی مدل کسب و کار موجود که در اغلب این مدل‌ها تمرکز بر اصالت سود است با توجه به فرهنگ کشورهای تولیدکننده آنها طراحی شده‌اند.

¹. VISOR

². FBBM MODEL

³. Identify Design Evaluated Aggregated MODEL

⁴. SOFT

⁵. MAPIT

تفاوت الگوی پیشنهادی با الگوهای موجود

تفاوت عمده ی الگوی پیشنهادی ما با الگو های قبل در ذات موضوع اقتصاد مقاومتی پنهان شده است . بدین جهت که با توجه ادبیات تحقیق اقتصاد مقاومتی موضوعی مردم نهاد میباشد که حضور و ظهور اراده جمعی عموم مردم اصل بلامنازع این نگرش میباشد . در عصر امروز و با وجود تهدید های بالقوه و بالفعل موجود در عرصه اقتصادی کشور حضور و اراده مردم و همچنین مردم سالاری دینی اصلی اجتناب ناپذیر میباشد. اما در الگوهای مطروح پیشین چیزی که کاملاً مشهود خودنمایی میکند وجود اصالت سود میباشد که این نشانه ی بارز اصل سرمایه داری است که در اولویت آموزه های دینی و اعتقادی ما نمیباشد و همچنین این الگو ها با توجه به فرهنگ کشور های تولید کننده آن که اکثراً غربی میباشند ایجاد شده اند و حتی در مواردی دارای تقابل با فرهنگ موجود در کشور ما هستند. این امر خود را در بخش شالوده ارزش مدار الگوی مطروح نمایان میکند چرا که شالوده ارزش مدار وجود ارزش های اعتقادی که بارزه و شاخصه ی اصلی مقاومت و همچنین اقتصاد مقاومتی میباشد را بیان میکند. لازم به ذکر است که این موضوع در تمام بخش های الگوی مورد نظر ما بازتاب عینی و واضحی دارد. شالوده ارزش مدار را میتوان بصورت فرایندی کنترلی که محدوده های آنرا ارزشهای ایرانی اسلامی و چه بسا ارزشهای بومی در سایر کشور های غیر اسلامی تعیین میکند تعریف نمود که این کنترل در تمامی مراحل طراحی مدل کسب و کار و همچنین اجرای آن اعمال میشود و موجبات اجرای سیستم اقتصاد مقاومتی را در مدل کسب و کار و به طبع آن در فرایند رشد اقتصادی و اجرای سیاست های اقتصادی موسسات فراهم مینماید .

پیشینه تجربی پژوهش

سلطانی (1398)، در پژوهشی با عنوان "شناسایی مؤلفه های فرهنگ و مدیریت جهادی در حوزه کسب و کار (با تأکید بر پیاده سازی اقتصاد مقاومتی)"، مؤلفه ها و شاخص های مستخرج از مبانی دینی در ارتباط با موضوعات اقتصاد و کسب و کار، در دو بعد عمومی و اختصاصی و متناسب با دو بعد کلی در زیرشاخه های وابسته به هر کدام، دسته بندی شدند. امیری و همکار (1396)، در پژوهشی با عنوان "بررسی محیط کسب و کار در چارچوب اقتصاد مقاومتی: مطالعه موردی کشورهای حوزه سند چشم انداز"، که فضای کسب و کار با رشد اقتصادی رابطه مثبت و معناداری دارد. متغیرهای نهادی پژوهش، شاخص حکمرانی خوب و آزادی اقتصادی اثر معناداری بر روی شاخص کسب و کار ندارند. متغیرهای کلان اقتصادی از جمله تشکیل سرمایه ثابت ناخالص داخلی اثر مثبت و معنادار و سرمایه گذاری اقتصادی، اثر منفی و معناداری بر رشد اقتصادی دارد. مخارج مصرفی دولت و شاخص فلاکت اقتصادی اثر منفی و معنادار بر رشد اقتصادی دارد. جهت بهبود فضای کسبوکار کشورهای مورد نظر پیشنهادهایی مانند الکترونیکی کردن مرحله های اداری کسب و کارها و قوانین و مقررات ساده تر ارائه می شود.

مهربانی و همکارانش (1394)، در پژوهشی تحت عنوان "اثر فضای کسب و کار بر رشد اقتصادی ایران"، رشد اقتصادی ایران به علت فقدان محیط کسب و کار مناسب از وضعیت مناسبی برخوردار نیست همچنین بین بهبود فضای کسب و کار و رشد اقتصادی یک رابطه مثبت و معنادار وجود دارد؛ به طوری که با بدتر شدن فضای کسب و کار رشد اقتصادی کاهش می یابد.

عبداللهی و همکاران (1392)، در مطالعه ای با عنوان "بررسی اثر شاخص های فضای کسب و کار بر رشد اقتصادی ایران"، اثرگذاری بیشتر شاخص های حمایت از سهامداران خرد، دریافت اعتبار و اجرای قراردادهای بر رشد اقتصادی کشورهای مورد بررسی است که توجه به این شاخص ها و بهبود آنها می تواند اثر به سزایی بر رشد اقتصادی کشورهای مورد بررسی به همراه داشته باشد.

تراب زاده جهرمی (1392)، در مطالعه ای با عنوان "بررسی ابعاد و مولفه های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیت اله خامنه ای"، مدل مفهومی سخنان ایشان پیرامون ابعاد، ویژگی ها و الزامات اقتصاد مقاومتی

را استخراج و عنوان می کند از منظر مقام معظم رهبری، اقتصاد مقاومتی به معنای آمادگی روحی و عملی برای مقابله در برابر حملات اقتصادی دشمن و پاسخ به آن در کوتاه مدت و حرکت به سوی طراحی الگوی اقتصادی اسلامی در چارچوب الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در دراز مدت است. ایشان همچنین اضافه می کنند، گفتمان اقتصاد مقاومتی چشم اندازی بلند مدت پیش روی اقتصاد ایران است و مختص زمان تحریم و جنگ نیست.

شهاب (1391)، در مقاله ای با عنوان " بررسی تأثیر کیفیت محیط کسب و کار بر میزان وابستگی اقتصادی: یک تحلیل تجربی در چارچوب مفهوم اقتصاد مقاومتی"، اثر مثبت کیفیت بهتر محیط کسب و کار در افزایش صادرات غیرنفتی کشورهای منتخب و بنابراین در کاهش درجه وابستگی اقتصادی و آسیب پذیری آنها مورد تأیید است.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از رویکرد فراترکیب⁶ تبعیت می کند. فراترکیب پژوهشی است که به ارزشیابی پژوهش های دیگر می پردازد. به طور کلی فراترکیب، نوعی مطالعه کیفی است که از اطلاعات و یافته های استخراج شده از مطالعات دیگر با موضوع مرتبط و مشابه استفاده می کند، به گفته ای فراترکیب، ترکیب تفسیر تفسیرات داده های اصلی مطالعات منتخب است (زیمر، 2006) رویکرد فرا ترکیب با فراهم کردن نگرش سیستماتیک به پژوهشگر این امکان را می دهد تا با ترکیب پژوهش های کیفی مختلف به کشف موضوعات و استعاره های جدید و اساسی بپردازد و دید جامع و گسترده ای نسبت به مسائل پدید آورد. پیاده سازی فرا ترکیب مستلزم آن است که پژوهشگر بازنگری دقیق و عمیقی را نسبت به سند مورد مطالعه انجام دهد و پژوهش های قبلی را با یکدیگر ترکیب کند (سندلوسکی و همکار، 2007). در مطالعه حاضر پژوهشگر از الگوی هفت مرحله ای سندلوسکی و باروسو⁷ (2007)، استفاده نموده است. در این پژوهش، نمونه گیری به شیوه نظری است. جامعه آماری این مطالعه متشکل است از همه پژوهش های منتشر شده در پایگاه های اطلاعاتی علمی معتبر داخلی و خارجی که بر اساس کلید واژه های تعریف شده و به منظور دستیابی به اشباع نظری پیمایش شدند. مبنای روایی در بخش کیفی این مطالعه، کاربرد نظر متخصصان و شیوهی سنجش پایایی آن آزمون کوهن بود.

یافته های حاصل از فراترکیب

در مطالعه حاضر پژوهشگر از الگوی هفت مرحله ای سندلوسکی و باروسو به شرح زیر پیروی نموده است:

- مرحله اول) تنظیم سوالات پژوهش:** نخستین گام فراترکیب تنظیم سوالات پژوهش (بر مبنای چه چیزی⁸؟ چه⁹؟ چگونه¹⁰؟) است. بنابراین سوالات پژوهش حاضر عبارتند از:
- 1) شاخص های الگوی کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی کدامند؟
 - 2) ابعاد الگوی کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی کدامند؟
 - 3) ابعاد الگوی کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی چه تأثیری بر یکدیگر دارند؟

مرحله دوم) بررسی نظام مند متون: در این گام پژوهشگر با هدف تعیین اسناد معتبر، موثق و مرتبط در بازه زمانی مناسب، به جستجوی سیستماتیک واژگان کلیدی مرتبط با موضوع پژوهش در مقالات منتشر شده در مجلات علمی و سایت های معتبر داخلی و خارجی پرداخته است.

⁶. Meta-synthesis

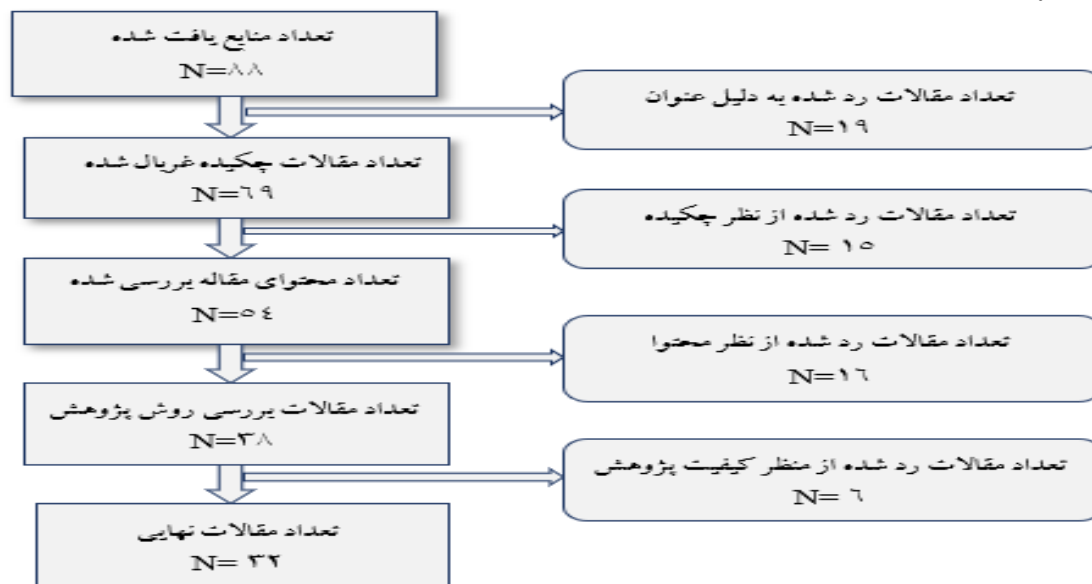
⁷. Sandelowski & Barroso

⁸. what

⁹. who

⁸. How

مرحله سوم) جستجو و بررسی مقالات معتبر: در این مرحله پژوهشگر پارامترهای مختلفی مانند عنوان، چکیده، محتوا، جزئیات مقاله (نام نویسنده، سال و ...) را در نظر گرفته و مقالاتی که با سؤال و هدف پژوهش وی تناسبی ندارد، حذف میکند.



شکل (1). نتایج جستجو و انتخاب مقالات

مرحله چهارم) استخراج اطلاعات از مقالات: پس از گزینش مقالات و منابع برگزیده نوبت به استخراج کدها از متون می رسد. این کار در دو مرحله انجام شد. در مرحله نخست کدهای کلی موجود در متن با استفاده از نرم افزار مکس کیودا شناسایی شد. سپس کدهای به دست آمده به کمک نرم افزار واکاوی و ضمن بررسی فراوانی نسبی کدها، کدهای هم خانواده نیز شناسایی شدند. در این مرحله 169 کد استخراج شد.

مرحله پنجم) تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی: در این مرحله مفاهیم و موضوعات شناسایی می شوند. بر این اساس ابتدا تمام عوامل استخراج شده از مطالعات، به عنوان کد در نظر گرفته شدند. آنگاه با در نظر گرفتن مفهوم هر یک از کدها، آنها در یک مفهوم مشابه دسته بندی می‌شوند. به این ترتیب 36 مفهوم در قالب 9 موضوع طبقه بندی شدند. نتایج در جداول 3 تا 11 به اختصار نشان داده شده است.

شالوده ارزش مدار: منظور شالوده ارزش مدار، هسته مرکزی هر فعالیت اجتماعی که انسان در اجتماع انجام میدهد را در بر می‌گیرد. به این معنا که انسان بعد از درک نیاز خود تصمیم به اقدام جهت رفع نیاز خود می‌کند و هر اقدامی نیازمند یک شالوده ارزش مدار می‌باشد. شالوده ارزش مدار مجموعه غرایض و بینش‌ها و نگرش‌ها، اهداف و آمال و آرزوهای ما را شامل می‌شود. به عبارتی بعد از تشکیل فردیت و من وجودی هر انسانی شالوده ارزش مدار شروع به شکل گیری می‌کند. در کسب و کارها و سازمان‌ها نیز (به جهت ارتباط مستقیم بین انسان‌ها و سازمان‌ها) به همین صورت می‌باشد. بدین جهت شالوده ارزش مدار اولین جزء الگوی ما می‌باشد. در این پژوهش شالوده ارزش مدار هسته مرکزی هر فعالیت اجتماعی که انسان در اجتماع انجام می دهد را در بر می گیرد، با توجه به تحقیقات و کد گذاری های انجام شده دارای 5 جزء اساسی می‌باشد:

جدول (3). کدگذاری ابعاد و مؤلفه های شالوده ارزش مدار و ارکان جهت ساز کسب و کار

ابعاد	مؤلفه ها
شالوده ارزش مدار و ارکان جهت ساز کسب و کار	باور های اعتقادی، ارزش های اخلاقی
	احکام و قواعد
	ارزش های اجتماعی
	ارزش ها و اخلاق حرفه ای، استاندارد های تخصصی
	ارزش های پیشنهادی به ذینفعان

مطالعه بازار و نیاز سنجی کالا و خدمات: تحقیق و توسعه و نیازسنجی بازار در اصل به معنی فرایندی است که کسب و کار و برند شما را از راه تحقیقات به هم مرتبط می کند. در این پژوهش مطالعه بازار و نیاز سنجی جامعه انسانی به کالا و خدمات فرایندی است که کسب و کار و برند شما را از راه تحقیقات به هم مرتبط می کند. در جدول (4)، کدگذاری ابعاد و مؤلفه های مطالعه بازار و نیاز سنجی جامعه انسانی به کالا و خدمات در شرایط حال و آینده در 5 سطح شناسایی شده است:

جدول (4). کدگذاری ابعاد و مؤلفه های مطالعه بازار و نیاز سنجی جامعه انسانی به کالا و خدمات

ابعاد	مؤلفه ها
مطالعه بازار و نیاز سنجی جامعه انسانی به کالا و خدمات در شرایط حال و آینده	سطح اول: شناخت بازار یا اطلاعات اولیه بازار
	سطح دوم: بازار در دسترس یا اطلاعات ثانویه بازار
	سطح سوم: بازار بالقوه یا بازار هدف
	سطح چهارم: بازار خدمات
	سطح پنجم: نفوذ در بازار

معماری و طراحی خدمات و فرایند های ارایه سرویس: بر اساس این پژوهش ستانده های ناهمگنی وجود دارند که تولید آنها بر اساس سفارش انجام می گیرد. خدمات دارای موجودیت مستقلی نیستند. طبقه بندی خدمات بر این اساس در دو موضوع و دید کلی انجام پذیر می باشد. این دو دید یا فاکتور کلی در مرحله بعدی به دو متغیر یا دسته دیگر تقسیم می شود.

طبقه بندی خدمات فیزیکی (ملموس بودن): هر جایی که افراد یا محصولات به طور مستقیم دخیل باشند، این طبقه بندی می تواند بر اساس ملموس بودن انجام بپذیرد. طبقه بندی خدمات غیر فیزیکی (ناملموس بودن) در این دنیا اقلام و اشیایی وجود دارد که به صورت ملموس قابل شمارش نیستند. به عنوان مثال تعداد الگوریتم هایی که برای انجام صحیح خدمات بانکی مورد نیاز می باشند، یا ارزش زندگی شما که توسط نمایندگان بیمه مورد محاسبه قرار می گیرند. این خدمات بر اساس ماهیت ناملموس بودن آنها مورد طبقه بندی قرار می گیرند.

جدول (5). کدگذاری ابعاد و مؤلفه های

ابعاد	مؤلفه ها
معماری و طراحی خدمات (فرایندهای ارایه سرویس)	خدمات فیزیکی (ملموس بودن): خدمات برای جامعه هدف خدمات برای کالاها
	خدمات غیر فیزیکی (ناملموس بودن): خدماتی که بصورت خصوصی دریافت می شود خدماتی که بصورت عمومی دریافت می شوند

طراحی زنجیره تامین: منظور هماهنگی و همکاری سیستماتیک و استراتژیک بین سازمان های دخیل در یک زنجیره تامین است که به منظور بهبود طولانی مدت عملکرد هر کدام از این سازمانها و در نهایت بهبود کل سازمانهای زنجیره تامین مورد نظر می باشد. در این مطالعه طراحی زنجیره تامین شامل هماهنگی بین کلیه

فعالیت های مورد نیاز یک عملیات از قبیل: بازاریابی، طراحی، خدمات مشتریان، نظارت بر تولید، سفارشات، لجستیک، توزیع، انبارداری و غیره می گردد.

جدول (6). کدگذاری ابعاد و مؤلفه های

ابعاد	مؤلفه ها
طراحی	هماهنگی و همکاری سیستماتیک و استراتژیک بین سازمان
زنجیره تامین	های دخیل
الزامات اقتصادی	مدیریت زنجیره تأمین هماهنگی بین تولید، توزیع، موجودی، مکان و حمل و نقل
مقاومتی	

طراحی زیر ساخت ها و اهرم های توانبخش و پایدار: زیرساخت به ساختار اولیه فیزیکی و سازمان یافته ای گفته می شود که برای اجرای مأموریت و اهداف یک سازمان یا یک جامعه مورد نیاز است. شامل مجموعه عوامل یا توانمندی هایی است که همواره شرکت را به نشان دادن عملکردی بهتر از رقبا قادر می سازد.

جدول (7). کدگذاری ابعاد و مؤلفه های

ابعاد	مؤلفه ها
طراحی زیر ساخت ها و اهرم های توانبخش و پایدار	زیر ساخت های حیاتی
	مزیت رقابتی
	مزیت موقعیتی در مقابل مزیت جنبشی (پویا)
	مزیت متجانس در مقابل مزیت نامتجانس
	مزیت مشهود در مقابل مزیت نامشهود
	مزیت ساده در مقابل مزیت مرکب
	مزیت موقتی در مقابل مزیت پایدار

ساختار سازمانی و طراحی سیستم ها و فرایند های عملیاتی پشتیبانی انعطاف پذیر: در این پژوهش منظور از این بعد این است که سازمان با توجه به اهداف و مأموریتهای خود انجام چه وظایفی را در دستور کار خود قرار داده و اجرای آن را به چه کسانی سپرده و توزیع اختیارات و مسئولیت در سازمان چگونه است.

جدول (8). کدگذاری ابعاد و مؤلفه های ساختار سازمانی و طراحی سیستم ها

ابعاد	مؤلفه ها
ساختار سازمانی و طراحی سیستم ها و فرایند های عملیاتی پشتیبانی انعطاف پذیر مدیریتی چابک و یادگیرنده و ...	محیط
	ذهنیت های مدیریتی و فرهنگ رایج در سازمان
	تکنولوژی و نوع حرفه
	استراتژی و اهداف کلان
	مرحله عمر سازمان
	ابعاد و اندازه سازمان

طراحی و مدیریت مالی: مدیران مالی در راستای هدف اصلی مدیریت مالی، آن هدف را به هدفهای آنی تر و سهل الوصول تر ترجمه می کنند. در این پژوهش هدف اصلی مدیریت مالی، بکارگیری مهارت هایی است که با استفاده از آن مهارت ها هدف اصلی بنگاه های اقتصادی، که همانا حداکثر کردن ثروت صاحبان بنگاه است، محقق گردد.

جدول (9). کدگذاری ابعاد و مؤلفه های طراحی و مدیریت مالی

ابعاد	مؤلفه ها
طراحی و مدیریت مالی	تامین مالی (جمع سپاری ، بورس ، وام ، اوراق قرضه ، شخصی و ...)
	سرمایه گذاری
	حسابداری و کنترل هزینه ها
	پیش بینی و طرح ریزی بلند مدت
	قیمت گذاری محصولات و خدمات
	عدالت توزیعی و باز توزیع سود

ارزیابی تاب آوری و عملیاتی بودن طرح با توجه به ویژگی: ظرفیت تاب آوری سازمان از طریق منابع مختلفی ایجاد می شود. در این پژوهش سازمان های موفق باید همانند اکوسیستم های تاب آور که به طور دائم در حال سازگاری با محیط خارجی هستند، تکامل پیدا کنند. سازمان های تاب آور باید کارمندانی انعطاف پذیر، زنجیره های تأمین انطباق پذیر (تنوعی از محصولات که در آن، تنوعی از مشتریان را ارضا کند)، و ساختارهای سازمانی چابک داشته باشند.

جدول (10). کدگذاری ابعاد و مؤلفه های طراحی و مدیریت مالی

ابعاد	مؤلفه ها
ارزیابی تاب آوری و عملیاتی بودن طرح با توجه به ویژگی های اقتصاد مقاومتی و فناوری نرم	منابع ساختاری
	منابع شناختی
	منابع ارتباطی
	منابع عاطفی

مدل کسب و کار: در این مرحله مدل پیشنهادی ما با توجه به الگوی مطروح طراحی می شود. اما موضوع حایز اهمیت اینست که ما مدل خود را با شاخص های کلیدی و قابل اطمینان ارزیابی کنیم تا مطمئن شویم نتایج مورد نظر را بدست خواهیم آورد. برای ارزیابی مدل، ما از شاخص های BSC یا همان کارت امتیازی متوازن استفاده کردیم. کارت امتیازی متوازن یکی از ابزارهای به روز مدیریتی است و مطالعات نشان داده است در عصر دانش، 80 درصد ارزش افزایی در سازمان ها از طریق دارایی های نامشهود سازمانی ایجاد می شود و دیگر نمی توان تنها با دارایی های مشهود، ارزیابی عملکرد و در پی آن مدیریت عملکرد جامعی انجام داد.

جدول (11). کدگذاری ابعاد و مؤلفه های طراحی و مدیریت مالی

ابعاد	مؤلفه ها
مدل کسب و کار	یادگیری و رشد
	فرایند های داخلی
	مشتری
	مالی

مرحله ششم: بررسی کیفیت: در این پژوهش برای سنجش روایی از روایی نظریه ای استفاده شد. همچنین برای کیفیت داده از طریق محاسبه پایایی سنجیده شد. در همین راستا از ضریب کاپای کوهن برای آزمون پایایی و کیفیت استفاده شد. بدین منظور نتایج حاصل از رمزگذاری، استخراج مفاهیم و موضوعات برای دو نفر از نخبگان، ارسال و پس از جمع آوری نظرات، ضریب کاپای کوهن بر مبنای

داشتن یا نداشتن توافق در مفاهیم استخراج شده، محاسبه شد. نتایج در جداول 12 و 13 نشان داده شده است:

جدول (12). خلاصه محاسبات ضریب کاپای کوهن

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Responder1 * Responder2	36	0.100%	0	0.0%	36	0.100%

جدول (13). توافق عملیات ضریب کاپا

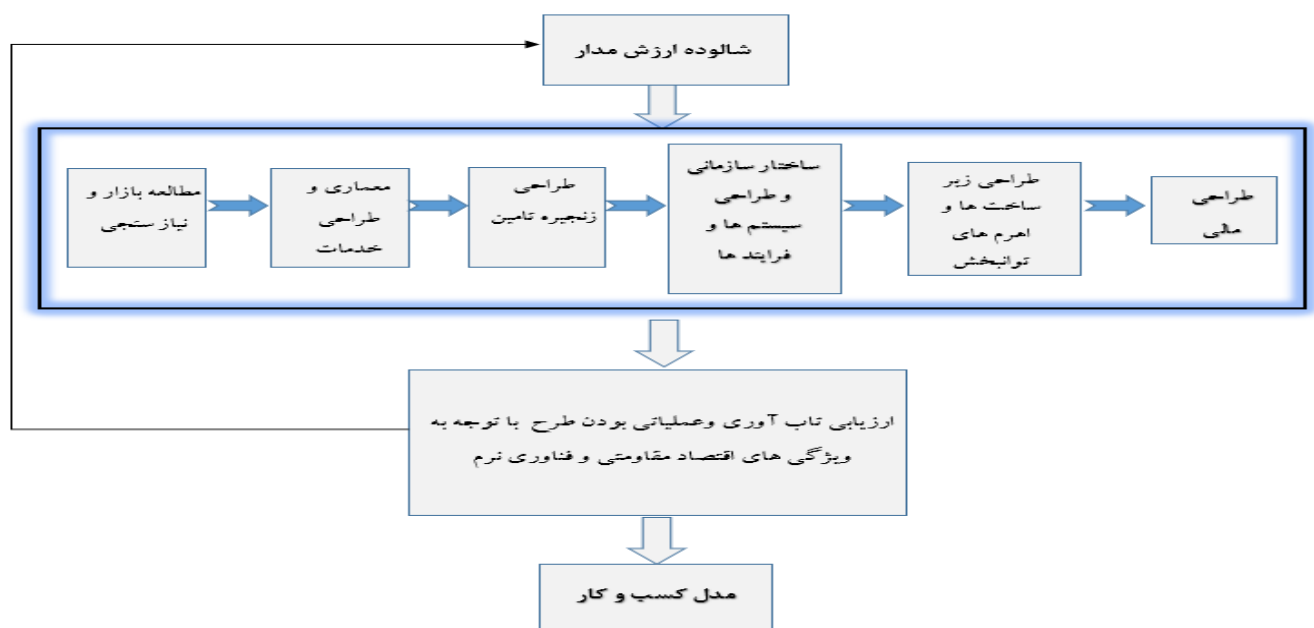
Responder1 * Responder2 Crosstabulation				
		Responder2		Total
		Agree	Disagree	
Agree	Count	35	1	32
	Expected Count	35.1	3/8	35/.0
Disagree	Count	1	2	3
	Expected Count	3/8	1.1	3/0
Total	Count	35	3	35
	Expected Count	35/0	3.0	35.0

جدول (14). نتایج آزمون کاپا

Symmetric Measures					
		مقدار	انحراف معیار برآوردی*	برآورد T	Sig
Measure of Agreement	Kappa	0.761	0.184	3.640	0.000
N of Valid Cases		35			

ضریب کاپای کوهن در این مطالعه برابر با 0.761 در سطح معنی داری 0/000 محاسبه شد که بدین ترتیب معناداری آن مورد تأیید قرار گرفت.

مرحله هفتم: ارائه یافته ها و مدل پژوهش: در آخرین مرحله از تحلیل فراترکیب نتیجه های تحلیل و الگوی استخراج شده ارائه می شود. در این پژوهش بر اساس نتایج تحلیل شناسایی و آزمون کیفیت 36 مفهوم در سطح بالاتر 9 موضوع به عنوان عوامل اثرگذار بر کسب و کار در اقتصاد مقاومتی شناسایی شدند. در این گام الگوی پژوهشی به دست آمده که به واقع حاصل تحلیل فراترکیب است، در سطح موضوعات و با گسترش در سطح مفاهیم در شکل شماره (1) ارائه شده است.



شکل (2). مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی

بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش به منظور شناسایی ابعاد و مولفه های اثرگذار بر مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی، همه پژوهش های منتشر شده تا سال 1398 شمسی (2019 میلادی) جستجو شد در نهایت 32 مقاله برتر به عنوان منابع تحلیل گزینش شدند. سپس با استفاده از نرم افزار MAXQDA، 169 کد رمز متمایز شناسایی شد. این کدها در سطح بالاتر مفاهیم را تشکیل دادند. بر این اساس 36 مفهوم متمایز انتخاب گردید. این مفاهیم در سطح بالاتر موضوعات را شکل دادند. بدین ترتیب 9 موضوع شناسایی و مدل نهایی پژوهش ارائه شده اند. بر این اساس شالوده ارزش مدار، به عنوان هسته مرکزی همه فعالیت های اجتماعی انسان با مولفه هایی چون باورها و ارزش های اخلاقی، احکام و عقاید، ارزش ها و مسئولیت های اجتماعی بر فرایند مطالعه بازار و نیازسنجی، معماری و طراحی خدمات، طراحی زنجیره تامین، ساختار سازمانی (سیستم ها و فرایندها)، طراحی زیرساخت ها و اهرم های توانبخش و طراحی مالی اثر می گذارد، حال اگر ارزیابی این فرایندها نمایانگر تاثیر مثبت آنها در تاب آوری و عملیاتی شدن ویژگی های مد نظر اقتصاد مقاومتی و فناوری نرم باشد، آنگاه می توان اذعان داشت که این شالوده ها در مقاوم سازی اقتصاد کشور و حفظ و توسعه کسب و کارها اثر مثبت داشته اند در غیر این صورت بایستی شالوده ها مورد بازبینی مجدد قرار بگیرند. بنابراین می توان شالوده ارزش مدار را بصورت فرایندی کنترلی که محدوده های آن را ارزش های ایرانی اسلامی تعیین می کند، تعریف نمود. این کنترل در تمامی مراحل طراحی و اجرای مدل کسب و کار اعمال می شود و موجبات پیاده سازی سیستم اقتصاد مقاومتی را در مدل کسب و کار و به طبع آن در فرایند رشد اقتصادی و اجرای سیاست های اقتصادی موسسات فراهم می نماید و در تمام بخش های الگوی کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی بازتاب عینی و واضحی دارد. از این رو مدل پیشنهادی پژوهش حاضر از این جهت نسبت به پژوهش های پیش از خود دارای تمایز است که در آن اقتصاد مقاومتی، موضوعی مردم نهاد است و حضور و ظهور اراده جمعی عموم مردم اصل بلامنازع آن است.

فهرست منابع

امیری، حسین و بارانی بیرانوند، معصومه (1395). بررسی محیط کسب و کار در چارچوب اقتصاد مقاومتی: مطالعه موردی کشورهای حوزه سند چشم انداز. پژوهش های اقتصاد مقاومتی، سال دوم، شماره 4، ص 107-133.

تراب زاده جهرمی، محمدصادق. سجادیه سیدعلیرضا، سمیعی نسب مصطفی بررسی ابعاد و مولفه های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیت اله خامنه ای، مطالعات انقلاب اسلامی، شماره 32، ص 31 - 46.

سامنی، سامان و مدرس خیابانی، شهرام (1396)، تحلیل پیکره بنیاد گفتمان سیاست اقتصاد مقاومتی از دیدگاه مقام معظم رهبری، فصلنامه پژوهش های ارتباطی، سال 22، شماره 2، ص 107-121.

سلطانی، محمدرضا (1398)، شناسایی مؤلفه های فرهنگ و مدیریت جهادی در حوزه کسب و کار (با تأکید بر پیاده سازی اقتصاد مقاومتی)، دو فصلنامه علمی - تخصصی اسلام و مدیریت، ص 85-111.

شهاب، محمدرضا، 1391، بررسی تاثیر کیفیت محیط کسب و کار بر میزان وابستگی اقتصادی: یک تحلیل تجربی در چارچوب مفهوم اقتصاد مقاومتی، همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی.

فشاری، مجید و پورغفار، جواد (1397)، بررسی و تبیین الگوی اقتصاد مقاومتی در اقتصاد ایران، مجله اقتصادی شماره 5، ص 29-40.

References

Afuah A, Tucci C. *Internet Business Models and Strategies*. McGraw-Hill, New York; 2016

Betz F. *Strategic Business Models*. *Engineering Management Journal* 2018

Boorman, Jack, et al. *The Centennial Resilience Index: Measuring Countries' Resilience to Shock*. *Global Journal of Emerging Market Economies* 5.2, 2015

Braet, O. & Ballon, P. (2017). *Business Model Scenarios for Remote Management*. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 2 (3), 62-79.

Brekke, K.A. Kverndokk, S. Nyborg, K. 2018. *An economic model of moral motivation*. *Journal of Public Economics* 87 (9-10), 1967-1983.

Brown, Stanley A. (2016) *Customer Relationship Management*. Toronto: John Wiley & Sons.

Sandelowski M., Barroso J., Voils C.I. (2007) "Using qualitative metasummary to synthesize qualitative and quantitative descriptive findings", *Research in Nursing & Health*, 30(1): 99-111.

Zimmer L. (2006) "Qualitative meta-synthesis: A question of dialoguing with texts", *Journal of Advanced Nursing*, 53(3): 311-318

Abstract:

The aim of this study was to identify the factors affecting the business model with the approach of resistance economics. Our goal is to develop and explain a model for designing business models with a resilient economy approach. The approach of this qualitative research and the research method used in it are meta-combined, which has followed Sandelowski's seven-stage model. For this purpose, 32 studies that were directly related to the research topic were selected and analyzed through MAXQDA software and 169 codes were identified. At this stage, after classifying similar codes, finally 34 code titles were selected in the form of 9 topics and presented within the framework of the research conceptual model. Accordingly, the value-based foundation, as the core of all human social activities on components such as beliefs and moral values, rules and beliefs, values and social responsibilities on the process of market study and needs assessment, architecture and service design, design Supply chain, organizational structure, infrastructure and leverage design, and financial design are affected.

Keywords: Resistance economics, business model, resilience