

Compilation and explanation of business model design framework with resistance economy approach

Hesamedin Rahmani Barouji^{۱*}  | Alireza Aliahmadi^۲  | Mirzahasan Hosseini^۳  | Mohammad Mahdi Parhizgar^۴ 

۱. Department of Management, Payame Noor University (PNU), Tehran, Iran.

۲. Faculty of Industrial Engineering, Iran University of Science and Technology, Tehran, Iran.

۳. Department of Management, Payame Noor University (PNU), Tehran, Iran.

۴. Department of Management, Payame Noor University (PNU), Tehran, Iran.

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received: ۰۷ Dec ۲۰۲۲

Revised: ۰۷ Dec ۲۰۲۲

Accepted: ۰۷ Dec ۲۰۲۲

Keywords:

Resistance Economy,

Business Model,

Resilience,

Meta-Synthesis.

ABSTRACT

Objective: Resistance economy as an economic strategy to face the dependent economy and in response to the arrogant global sanctions against Iran, has been emphasized by the Supreme Leader. Resistance economy seeks to reduce vulnerability to external threats, prevent crises, and review current inefficient economic structures and systems. In the resistance economy, the effort is to reduce dependencies and make maximum use of the advantages of domestic production. Therefore, it is necessary to redesign the business models of Iranian enterprises based on this approach

Methodology: The approach of this qualitative research and the research method is meta-synthesis, which follows the seven-stage model of Sandelowski. In the first step, the Supreme Leader's statements regarding the resistance economy, as well as articles and research collections on the concepts of resilience and business models were carefully collected and studied. Then, the conceptual framework of business was identified with the resistance economy approach. In the following, the influencing factors on the design of the business model with the resistance economy approach were identified. For this purpose, ۳۲ studies that were directly related to the research subject were selected and analyzed through MAXQDA software, and ۱۶۹ codes were identified. In the next step, after categorizing the similar codes, finally ۳۶ code titles were selected in the form of ۸ topics and presented in the framework of the conceptual model of the research.

Conclusion: This research has compiled and explained the conceptual framework, dimensions and components of the business model based on the resistance economy approach.

Originality: This article is taken from the thesis of Mr. Hesamedin. Rahmani Barouji.

Cite this article: Rahmani, H., Aliahmadi, A., Hosseini, M., & Parhizgar, M. (۲۰۲۳). Compilation and explanation of business model design framework with resistance economy approach. ,

تدوین و تبیین الگوی طراحی مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی

حسام‌الدین رحمانی باروجی*^۱، علیرضا علی‌احمدی^۲، میرزا حسن حسینی^۳، محمدمهدی پرهیزگار^۴

چکیده

هدف: اقتصاد مقاومتی به عنوان یک راهبرد اقتصادی برای رویارویی با اقتصاد وابسته و در پاسخ به تحریم‌های استکبار جهانی علیه ایران، توسط مقام معظم رهبری مورد تأکید واقع گردیده است. اقتصاد مقاومتی به دنبال کاهش آسیب‌پذیری در مقابل تهدیدهای خارجی، جلوگیری از بحران‌ها و بازنگری در ساختارها و سامانه‌های ناکارآمد فعلی اقتصادی است.

ضرورت: در اقتصاد مقاومتی تلاش بر کاهش وابستگی‌ها و استفاده حداکثری از مزیت‌های تولید داخل است. از اینرو، ضروری است مدل‌های کسب و کار بنگاه‌های اقتصادی ایران بر اساس این رویکرد بازطراحی شود.

روش‌شناسی: رویکرد حاکم بر این پژوهش کیفی و روش تحقیق مورد استفاده در آن فراترکیب است که از الگوی هفت مرحله‌ای سندلوسکی تبعیت نموده است. در گام نخست، بیانات مقام معظم رهبری در خصوص اقتصاد مقاومتی، همچنین مقالات و مجموعه تحقیقات پیرامون مفاهیم تاب‌آوری و مدل کسب و کار به دقت گردآوری و مطالعه شد. سپس، چارچوب مفهومی کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی شناسایی شد. در ادامه عوامل اثرگذار بر طراحی مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی شناسایی شد. بدین منظور ۳۲ پژوهش که به طور مستقیم با موضوع پژوهش مرتبط بودند انتخاب و از طریق نرم افزار MAXQDA مورد واکاوی قرار گرفتند و ۱۶۹ کد، شناسایی شد.

یافته‌ها: پس از دسته‌بندی کدهای مشابه، در نهایت ۳۴ عنوان کد در قالب ۹ موضوع انتخاب و در چارچوب مدل مفهومی پژوهش ارائه شدند.

نتیجه‌گیری: این تحقیق چارچوب مفهومی، ابعاد و اجزای مدل کسب و کار مبتنی بر رویکرد اقتصاد مقاومتی را تدوین و تبیین نموده است.

کلیدواژه‌ها: اقتصاد مقاومتی، مدل کسب و کار، تاب‌آوری، فراترکیب

استناد: رحمانی باروجی، حسام‌الدین؛ علی‌احمدی، علیرضا؛ و حسینی، میرزا حسن (۱۴۰۱). تدوین و تبیین الگوی طراحی مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی.

دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۹/۲۵

پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۳/۰۲

۱ دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی - دانشگاه پیام نور، تهران ایران rahmani_hesamedini@mail.com

۲ استاد، استاد دانشگاه علم و صنعت دانشکده مهندسی پیشرفت. تهران ایران pe@iust.ac.ir

۳ استاد گروه مدیریت بازرگانی - دانشگاه پیام نور تهران. تهران ایران mh_hoseini@pnu.ac.ir

۴ استاد گروه مدیریت بازرگانی - دانشگاه پیام نور تهران. تهران ایران m.parhizgar@pnu.ac.ir

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، ۱۳۹۴). 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 خود کفایی و اتخاذ تدابیری برای خوداتکایی در برخی زمینه ها لازم است (سلیمانی و همکار، ۱۳۹۱). 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، ۱۳۹۲). در واقع اقتصاد مقاومتی یک استراتژی چندبعدی و چندکارکردی است که از همین منظر پیچیدگی های بسیاری در تدوین و مدل سازی با این رویکرد وجود دارد و جدید بودن این مبحث به عنوان موضوعی مستقل از تئوری های موجود در اقتصاد بر چندوجهی کردن آن می افزاید. با نگاهی عمیق به نقشه ی راه معرفی شده توسط مقام معظم رهبری در جهت مقاوم ساختن اقتصاد، در کنار برشمردن الزامات و سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی، در بردارنده ی این پیام است که اقتصاد مقاومتی تنها راهکار حرکت جهشی کشور به سمت رشد اقتصادی است. این در حالی است که فضای کسب و کار نامساعد موجب عدم اطمینان فعالان اقتصادی و از بین رفتن انگیزه های سرمایه گذاری می شود که بر سرمایه گذاری 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 سرمایه گذاری بیشتر است؛ بنابراین پدید ساختن سرمایه گذاری در یک فضای مناسب کسب و کار محقق می شود؛ به طوری که هر چه محیط کسب و کار در یک کشور مساعدتر باشد، احتمال پدید آمدن کسب و کارهای جدید و رشد کسب و کارهای موجود بالاتر می رود که این خود به سرمایه گذاری بیشتر و در نتیجه رشد اقتصادی بالاتر می انجامد. در نتیجه دستیابی به رشد اقتصادی در یک کشور به میزان توسعه و مساعد بودن محیط کسب و کار در آن کشور بستگی دارد (برومند، ۱۳۸۷). از این رو پژوهش حاضر، با توجه به خلا پژوهش موجود در زمینه الگوی طراحی مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی، درصدد پاسخگویی به این سؤال اصلی است که الگوی طراحی مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی به چه شکل است؟ چه عواملی بر شکل گیری الگوی طراحی مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی اثر گذارند؟

۱. مروریادبیات

اقتصاد مقاومتی یعنی تشخیص حوزه های 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 مدیریت های عقلایی و مدبرانه پیش شرط و الزام چنین موضوعی است. اقتصاد مقاومتی کاهش وابستگی ها و تأکید روی مزیت های تولید داخل و تلاش برای خوداتکایی است (فشاری و همکار، ۱۳۹۱). 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 می شود. و با تفکر اقتصاد ریاضتی تفاوت هایی دارد. اقتصادی ریاضتی یک طرح یک طرفه است و از ناحیه دولت ها به مردم تحمیل می شود و هدف اصلی آن کاهش هزینه ها و رفع کسری بودجه ی دولت، و به همین دلیل دولت ها به کاهش و یا حذف ارائه برخی خدمات و مزایای عمومی دست می زنند. این طرح که به منظور مقابله با کسری بودجه توسط برخی دولت ها انجام می شود گاهی اوقات به افزایش میزان مالیات و افزایش دریافت وام ها و کمک های مالی خارجی نیز

می انجامد. این در حالی است که اقتصادی مقاومتی برای یک ملت، حتی در شرایط فشار و تحریم، زمینه رشد و شکوفایی را فراهم می کند. از این منظر اقتصاد مقاومتی دارای روح ارزشی غایت گرفته 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 اجتناب ناپذیر است، چرا که جامعه نمی تواند در مصرف و تخصیص منابع آزادانه و دست و دل بازانه عمل کند. از این رو اقتصاد ریاضتی بخشی از اقتصاد مقاومتی و لازمه آن است (مکیان، ۱۳۹۵). بنابراین اقتصاد مقاومتی یک نظام اقتصادی است که هماهنگ با سیاست های کلان سیاسی و امنیتی نظام اسلامی و برای مقاومت در برابر اقدامات تخریبی شکل بگیرد تا بتواند در برابر ضربات اقتصادی تحریم ها و توطئه های 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، منطقه ای 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 ناملایمات مسیر خود، روند پیشرفت پایدار خود را حفظ کند (سامنی و همکار، ۱۳۹۶، ص. ۱۱۶). لذا می توان اذعان داشت که اقتصاد مقاومتی راهکار یک کشور در شرایط خاص است که به تولید و توزیع کالاهای خاص و سرمایه گذاری برای کاهش وابستگی به کشورهای دیگر، به ویژه کشورهای متخاصم، در شرایط بحرانی می پردازد (سلطانی و همکار، ۱۳۹۸، ص. ۹۱).

پیشینه پژوهش

سلطانی (۱۳۹۸)، 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 (۱۳۹۶)، 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 کسب و کار کشورهای مورد نظر پیشنهادهایی مانند الکترونیکی کردن مرحله های اداری کسب و کارها و قوانین و مقررات ساده تر ارائه می شود. مهربانیو همکارانش (۱۳۹۴)، 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.

عبدالهی و همکاران (۱۳۹۲)، 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 قراردادها 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.

تدوین و تبیین الگوی طراحی مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی

تراب زاده جهرمی (۱۳۹۲)، 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 (۱۳۹۱)، 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.

۲. شکاف تحقیق و تعریف مسئله

در این میان محیط کسب و کار یکی از عوامل اثرگذار بر عملکرد بنگاه های اقتصادی است که مدیران یا مالکان بنگاه ها نمی توانند آنها را تغییر داده یا بهبود بخشند؛ به طوری که محیط کسب و کار نامناسب، هزینه عملکرد بنگاه های اقتصادی را افزایش می دهد و باعث از بین رفتن انگیزه سرمایه گذاری و نیز عقب ماندن تولیدکنندگان کشور از رقیبان جهانی می شود (امیری و همکار، ۱۳۹۷، ص. ۱۱). مروری بر ادبیات مدل های کسب و کار، حاکی از آن است که هیچ مدل کسب و کاری نتایج مالی فوق العاده را تضمین نمی کند، اما مدل های کسب و کار موفق ویژگی های مشترکی دارند. اولین ویژگی مشترک مدل های کسب و کار 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 پائین تر برای ارزش مشابه یا ارزش بیشتر برای قیمت مشابه ارائه می کنند. دوم اینکه مدل های کسب و کار موفق به راحتی قابل تقلید نیستند، چراکه با ایجاد یک تمایز اصلی موانعی را برای ورود سایر رقبای ایجاد و از جریان های درآمدی خود محافظت می کنند. نهایتاً، مدل های کسب و کار موفق ریشه در واقعیت دارند و بر مفروضات صحیحی درباره چگونگی رفتار مردم مبتنی هستند. البته حتی بهترین مدل های کسب و کار هم به مرور زمان کارایی خود را از دست می دهند و برای همپا بودن با نیازهای متغیر مشتریان، بازارها و تهدیدهای رقابتی باید تغییر کنند. (امیری و همکار، ۱۳۹۷: ۱۴). در ادامه برخی از مهم ترین الگوهای کسب و کار در جدول ۲، نشان داده شده است:

جدول ۲. انواع الگوهای کسب و کار

مدل کسب و کار	ابعاد مورد توجه مدل کسب و کار
ویزور ^۱	ارزش، درآمد، رابطه ها، سرویس، سازماندهی
اف بی بی ام ^۲	فناوری، سازمان، مالی، خدمات

۱. VISOR

۲. FBBM MODEL

پویا	طراحی خدمات (ارزش)، طراحی سازمان (شبکه خلق ارزش)، طراحی مالی، طراحی فناوری
ایدا (IDEA) ^۱	طراحی، شناسایی، جمع‌آوری و یکپارچه‌سازی، ارزیابی
سافت ^۲	فرصت‌های بازار، پیشرفت فناوری، ارزش برای شبکه تهیه‌کنندگان، ارزش برای مشتری
مدل میت ^۳	حوزه تاثیر، بازار، محصول، معاملات

اقتباس از یانگ و همکاران (۲۰۱۷)

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

۳. روش شناسی

پژوهش حاضر از رویکرد فراترکیب^۴ تبعیت می‌کند. فراترکیب، نوعی مطالعه کیفی است که از اطلاعات و یافته‌های استخراج شده از مطالعات دیگر با موضوع مرتبط و مشابه استفاده می‌کند، به عبارت دیگر فراترکیب، ترکیب تفسیر تفسیرات داده‌های اصلی مطالعات منتخب است (زیمر، ۲۰۰۶). این رویکرد با فراهم کردن نگرش سیستماتیک به پژوهشگر این امکان را می‌دهد تا با ترکیب پژوهش‌های کیفی مختلف به کشف موضوعات و استعاره‌های جدید و اساسی بپردازد و دید جامع و گسترده‌ای نسبت به مسائل پدید آورد. پیاده‌سازی فراترکیب مستلزم آن است که پژوهشگر بازنگری دقیق و عمیقی را نسبت به سند مورد مطالعه انجام دهد و پژوهش‌های قبلی را با یکدیگر ترکیب کند (سندلوسکی و همکار، ۲۰۰۷: ۱۰۵). این پژوهش مبتنی بر پژوهش‌های منتشر شده در پایگاه‌های اطلاعاتی علمی معتبر داخلی و خارجی که بر اساس کلید واژه‌های انتخاب شده‌اند. مبنای روایی در بخش کیفی این مطالعه، کاربرد نظر متخصصان و شیوه‌ی سنجش پایایی آن آزمون کوهن بود. در مطالعه حاضر پژوهشگر از الگوی هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو^۵ (۲۰۰۷)، استفاده نموده است.

۱. Identify Design Evaluated Aggregated MODEL

۲. SOFT

۳. MAPIT

۴. Meta-synthesis

۵. Sandelowski & Barroso



شکل ۱. فرایند روش فراترکیب سندلوسکی و باروسو (۲۰۰۷)

۴. چارچوب پژوهش

مرحله اول) تنظیم سوالات پژوهش: نخستین گام فراترکیب تنظیم سوالات پژوهش (بر مبنای چه چیزی^۱؟ چه^۲؟ چگونه^۳) است. بنابراین

سوالات پژوهش حاضر عبارتند از:

۱. شاخص‌های الگوی کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی کدامند؟

۲. ابعاد الگوی کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی کدامند؟

۳. ابعاد الگوی کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی چه تاثیری بر یکدیگر دارند؟

مرحله دوم) بررسی نظام‌مند 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 سایت‌های معتبر داخلی و خارجی پرداخته است.

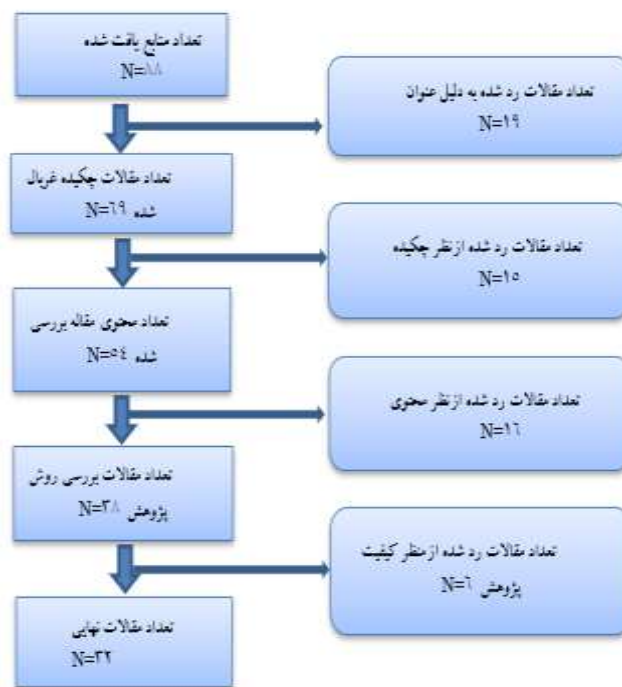
مرحله سوم) جستجو و بررسی مقالات معتبر: در این مرحله پژوهشگر پارامترهای مختلفی مانند عنوان، چکیده، محتوا، جزئیات مقاله (نام نویسنده،

سال و ...) را در نظر گرفته و مقالاتی که با سؤال و هدف پژوهش وی تناسبی ندارد، حذف می‌کند.

^۱ what

^۲ who

^۳ How



شکل ۲. نتایج جستجو و انتخاب مقالات (یافته های تحقیق)

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 ۱۶۹ کد استخراج شد.

مرحله پنجم) تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته های 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 می شوند. به این ترتیب ۳۶ مفهوم در قالب ۹ موضوع طبقه بندی شدند. نتایج در جداول ۳ تا ۱۱ 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 می گیرد. به این معنا که انسان بعد از درک نیاز خود تصمیم به اقدام جهت رفع نیاز خود می کند و هر اقدامی نیازمند یک شالوده ارزش مدار می باشد. شالوده ارزش مدار مجموعه غرایض و بینش ها و نگرش ها، اهداف و آمال و آرزوهای ما را شامل می شود. به عبارتی بعد از تشکیل فردیت و من وجودی هر انسانی شالوده ارزش مدار شروع به شکل گیری می کند. در کسب و کارها و سازمان ها نیز (به جهت ارتباط مستقیم بین انسان ها و سازمان ها) به همین صورت می باشد. بدین

تدوین و تبیین الگوی طراحی مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی

جهت شالوده ارزش مدار اولین جزء الگوی ما می باشد. 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 کدگذاری های انجام شده دارای ۵ جزء اساسی می باشد:

جدول ۳. کدگذاری ابعاد و مؤلفه های شالوده ارزش مدار و ارکان جهت ساز کسب و کار (یافته های تحقیق)

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

مطالعه بازار و نیازسنجی 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 نیازسنجی 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 (۴)، کدگذاری ابعاد و مؤلفه های مطالعه بازار و نیازسنجی جامعه انسانی به کالا و خدمات در شرایط حال و آینده در ۵ سطح شناسایی شده است:

جدول ۴. کدگذاری ابعاد و مؤلفه های مطالعه بازار و نیازسنجی جامعه انسانی به کالا و خدمات (یافته های تحقیق)

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

معماری و طراحی خدمات و فرایندهای ارائه 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 پذیرد.

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 ۵. کدگذاری ابعاد و مؤلفه های (یافته های تحقیق)

ابعاد	مؤلفه ها
معماری و طراحی خدمات (فرایندهای آرایه 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 ۶. کدگذاری ابعاد و مؤلفه های (یافته های تحقیق)

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

طراحی زیر ساخت ها و اهرم های توانبخش و پایدار: زیر ساخت 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 رقیب قادر می سازد.

تدوین و تبیین الگوی طراحی مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی

جدول ۷. کدگذاری ابعاد و مؤلفه های (یافته های تحقیق)

ابعاد	مؤلفه ها
طراحی زیر ساخت	زیر ساخت های حیاتی
ها و اهرم های	مزیت موقعیتی در مقابل مزیت جنبشی (پویا)
توانبخش و پایدار	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 ماموریت های 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 ۸. کدگذاری ابعاد و مؤلفه های ساختار سازمانی و طراحی سیستم ها (یافته های تحقیق)

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

جدول ۹. کدگذاری ابعاد و مؤلفه های طراحی و مدیریت مالی (یافته های تحقیق)

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 ۱۰. کدگذاری ابعاد و مؤلفه های طراحی و مدیریت مالی (یافته های تحقیق)

ابعاد	مؤلفه ها
ارزیابی تاب آوری و عملیاتی بودن طرح با توجه	منابع ساختاری
به ویژگی های اقتصاد مقاومتی و فناوری نرم	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، ۸۰ 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 ۱۱. کدگذاری ابعاد و مؤلفه های طراحی و مدیریت مالی (یافته های تحقیق)

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

تدوین و تبیین الگوی طراحی مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی

مرحله ششم) بررسی کیفیت: در این پژوهش برای سنجش روایی از روایی نظریه‌ای 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 ۱۲ و ۱۳ نشان داده شده است:

جدول ۱۲. خلاصه محاسبات ضریب کاپای کوهن (یافته های تحقیق)

Case Processing Summary						
	Cases				Total	
	Valid		Missing		N	Percent
	N	Percent	N	Percent		
Responder ۱ *	۳۶	۰,۱۰۰%	۰	۰,۰%	۳۶	۰,۱۰۰%
Responder ۲						

جدول ۱۳. توافق عملیات ضریب کاپا (یافته های تحقیق)

Responder ۱ * Responder ۲ Crosstabulation				
		Responder ۲		Total
		Agree	Disagree	
Agree	Count	۳۵	۱	۳۶
	Expected Count	۳۵,۱	۳/۸	۳۵/۰
Disagree	Count	۱	۲	۳
	Expected Count	۳/۸	۱,۱	۳
Total	Count	۳۵	۳	۳۵
	Expected Count	۳۵/۰	۳,۰	۳۵,۰

جدول ۱۴. نتایج آزمون کاپا (یافته های تحقیق)

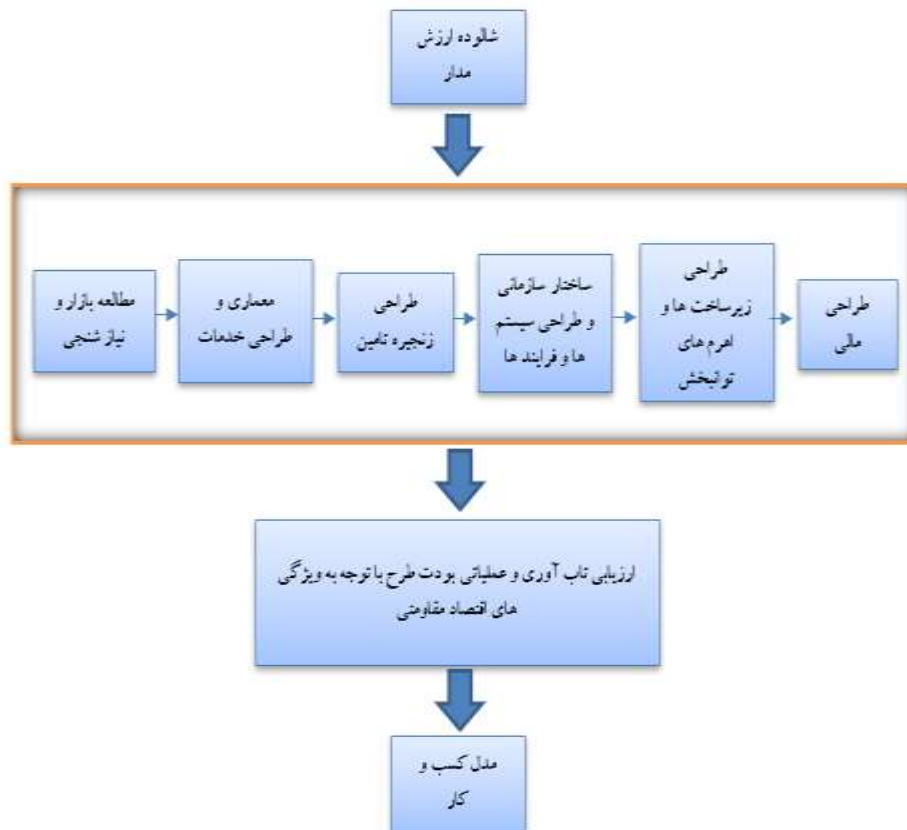
Symmetric Measures				
	مقدار	انحراف معیار	برآورد T	Sig
		برآوردی *		
Measure of Kappa Agreement	۰,۷۶۱	۰,۱۸۴	۳,۶۴۰	۰,۰۰۰
N of Valid Cases	۳۵			

ضریب کاپای کوهن در این مطالعه برابر با ۰,۷۶۱ در سطح معنی داری ۰/۰۰۰ محاسبه شد که بدین ترتیب معناداری آن مورد تأیید قرار گرفت.

۵. یافته‌های پژوهش

مرحله هفتم) ارائه یافته ها و مدل پژوهش: در آخرین مرحله از تحلیل فراترکیب نتایج های تحلیل و الگوی استخراج شده ارائه می شود. از این رو 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 ۱۳۹۸ شمسی (۲۰۱۹ میلادی) جستجو شد در نهایت ۳۲ مقاله برتر به عنوان منابع تحلیل گزینش شدند. سپس با استفاده از نرم افزار MAXQDA، ۱۶۹ کد رمز متمایز شناسایی شد. این کدها در سطح بالاتر مفاهیم را تشکیل دادند. بر این اساس ۳۶ مفهوم متمایز انتخاب گردید. این مفاهیم در سطح بالاتر موضوعات را شکل دادند. بدین ترتیب ۹ 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 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، 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 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.

تدوین و تبیین الگوی طراحی مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی



شکل ۲. مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد مقاومتی (یافته های تحقیق)

تفاوت الگوی پیشنهادی با الگوهای پیشین :

تفاوت عمده ی الگوی پیشنهادی ما با الگوهای قبل در ذات موضوع اقتصاد مقاومتی پنهان شده است. بدین جهت که با توجه ادبیات تحقیق اقتصاد مقاومتی موضوعی مردم نهاد می باشد که حضور و ظهور اراده جمعی عموم مردم اصل بلامنازع این نگرش می باشد. 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 می باشد. اما در الگوهای مطروح پیشین چیزی که کاملاً مشهود خودنمایی میکند وجود اصالت سود می باشد که این نشانه ی بارز اصل سرمایه داری است که در اولویت آموزه های دینی و اعتقادی ما نمی باشد و همچنین این الگوها با توجه به فرهنگ کشورهای 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 می باشد را بیان می کند. لازم به ذکر است که این موضوع در تمام بخش های الگوی مورد نظر ما بازتاب عینی و واضحی دارد. شالوده ارزش مدار را می توان بصورت فرایندی کنترلی که محدوده های انرا ارزشهای ایرانی اسلامی و چه بسا ارزش های بومی در سایر کشورهای 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 سیاست‌های اقتصادی موسسات فراهم می‌نماید.

۶. تحلیل یافته ها

در این پژوهش بر اساس نتایج تحلیل شناسایی و آزمون کیفیت ۳۶ مفهوم در سطح بالاتر ۹ 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 ارائه شده است.

شالوده ارزش مدار و ارکان جهت ساز کسب و کار: ارزش و اخلاق و فعالیت‌های مبتنی بر این ارزش‌ها، بعد حرفه‌ای و سازمانی یافته‌اند، بطوریکه رهبری و مدیریت اخلاقی و مدیریت ارزش‌ها به اندازه مدیریت راهبردی اهمیت دارد. توجه به ارزش‌ها در کسب و کارها نیز، مزایای زیادی همچون کسب وجهه و مشروعیت بیرونی را به دنبال دارد. این مهم یکی از محورهای اصلی کسب و کارها به عنوان بازوی اهرمی اقتصاد مقاومتی نیز می‌باشد. با این حال بایستی این نکته را مد نظر داشته باشیم که بیان و ابلاغ ارزش‌های کسب و کار، به تنهایی منجر به تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی از توسعه کسب و کارها نمی‌گردد، بلکه بایستی با جاری‌سازی ارزش‌ها و یا به تعبیری نهاده‌سازی و درونی‌سازی ارزش‌ها در کسب و کارها، قادر به مشاهده آنها در اجزای مختلف و عملکرد کسب و کار بود. این مهم نیازمند شناخت دقیق ارزش‌ها، همچنین نقش و کارکردهای آن در کسب و کار است. در این مطالعه پنج مؤلفه (۱) باورهای اعتقادی، ارزش‌های اخلاقی؛ (۲) احکام و قواعد فقهی؛ (۳) ارزش‌های اجتماعی؛ (۴) ارزش‌ها و اخلاق حرفه‌ای، استاندارد های تخصصی و (۵) ارزش‌های پیشنهادی به ذینفعان، در قالب شالوده ارزش مدار و ارکان جهت ساز کسب و کار، شناسایی شدند.

مطالعه بازار و نیازسنجی جامعه انسانی به کالا و خدمات در شرایط حال و آینده: تولید و فروش دو مؤلفه مهم در عرصه صنعت هستند. زیرا در شرایطی که اغلب تولیدکنندگان؛ با توجه به امکانات و پتانسیل‌های موجود خود اقدام به تولید محصول می‌کنند، بازاریابان با توجه به شناخت نیازها و تقاضای بازار، قادر هستند شرایط ورود به بازار را با امکانات فعلی دارد یا جهت ارتقای کیفیت و تطابق قیمت محصولات و خدمات نیاز به سرمایه‌گذاری‌های بیشتر و یا استفاده از تکنولوژی جدید را، به تولیدکننده‌ها اعلام کنند. این مهم در شرایط اقتصاد مقاومتی اهمیت بیشتری می‌یابد. زیرا بازاریابان با انجام مطالعات بازار و نیازسنجی تقاضا، همچنین با کسب اطلاع از نقاط ضعف و قوت واحدهای تولیدی و بازارهای هدف و ارائه اطلاعات درست به بخش تولید باعث ایجاد توازن بین نیاز مشتریان و کالا و خدمات ارائه شده شوند. در این پژوهش پنج زیر مؤلفه (۱) سطح اول: شناخت بازار یا اطلاعات اولیه بازار؛ (۲) سطح دوم: بازار در دسترس یا اطلاعات ثانویه بازار؛ (۳) سطح سوم: بازار بالقوه یا بازار هدف؛ (۴) سطح چهارم: بازار خدمات؛ (۵) سطح پنجم: نفوذ در بازار، با برچسب مطالعه بازار و نیازسنجی جامعه انسانی به کالا و خدمات در شرایط حال و آینده، شناسایی و معرفی شدند.

معماری و طراحی خدمات: هر کسب و کار برای آنکه بتواند در ذهن مشتریان برای محصولات خود اقدام به خلق ارزش و ایجاد تصور سودمندی نماید، بایستی علاوه بر ویژگی هایی چون در دسترس بودن، تداوم و امن بودن محصولات به مزایایی نظیر توانا بهبود عملکرد، رفع و یا کاهش موانع و محدودیت ها نیز برخوردار باشد. در این مطالعه دو عامل (۱) خدمات فیزیکی (خدمات برای جامعه، خدمات برای کالا) و (۲) خدمات غیر فیزیکی (خدماتی که بصورت خصوصی و یا عمومی ارائه می شود)، در قالب بُعد معماری و طراحی خدمات شناسایی و دسته بندی شده اند.

طراحی زنجیره تامین با الزامات اقتصاد مقاومتی: سه عامل عدم ثبات قیمت ها، عدم پایداری به تعهدات زمانی و عدم ثبات کیفیت محصولات و خدمات از مهم ترین چالش های کسب و کارها را در اقتصادهایی با وضعیت تحریم و محدودیت می باشند. از همین روی طراحی زنجیره تامین و مدیریت آن با هدف مدیریت بهینه و ایجاد هماهنگی بین حلقه های مختلف زنجیره تولید تا مصرف راهبردی هوشمندانه جهت افزایش توان کسب و کارها و تحقق اقتصاد مقاومتی است. در این مطالعه نیز دو مؤلفه (۱) هماهنگی و همکاری سیستماتیک و استراتژیک بین سازمان های دخیل، (۲) مدیریت زنجیره تامین هماهنگی بین تولید، موجودی، مکان و حمل و نقل در قالب بُعد اصلی طراحی زنجیره تامین با الزامات اقتصاد مقاومتی، شناسایی و معرفی شده اند.

طراحی زیر ساخت ها و اهرم های توانبخش و پایدار: در اقتصاد مقاومتی با توجه به شرایط پویای محیطی و تغییرات احتمالی (غیر قابل پیش بینی) آن، هر کسب و کار برای رویارویی با چالش ها و غلبه و بر تهدیدات پیرامون خود، بایستی از زیر ساخت ها، اطلاعات، مهارت ها و توانایی های منحصر به فردی برخوردار باشد تا بتواند علاوه بر دستیابی به اثربخشی عملیاتی، قادر به انطباق خود با شرایط جدید باشد. در این مطالعه دو مؤلفه زیر ساخت های حیاتی و مزیت رقابتی، زیر مجموعه طراحی زیر ساخت ها و اهرم های توانبخش و پایدار قرار گرفتند.

ساختار سازمانی و طراحی سیستم ها و فرایند های عملیاتی پشتیبانی انعطاف پذیر مدیریتی چابک و یادگیرنده: سرعت و شدت تغییر و تحولات محیطی پیش روی کسب و کارها به اندازه ای است که مدیران و صاحبان این واحدها، را ملزم به بکارگیری روش های جدید و تکامل یافته برای مقابله و هماهنگی و تطبیق با این شرایط نموده است. همچنین مدل های کسب و کار این سازمان ها بایستی جهت ایستادگی، دوام و پیشرفت در محیط متغیر، سازگار و انعطاف پذیر بوده و از توانایی تشخیص مشکلات و بکارگیری برنامه های تغییر و تحول سازمانی برخوردار باشند. علاوه بر این مدیران این سازمان ها، بایستی علاوه بر وظایفی مانند برنامه ریزی، سازماندهی و نظارت، اثربخشی و بکارگیری روش های علمی، تغییر و تحول سازمانی را نیز مورد توجه خود قرار دهند. در این مطالعه ۶ عامل (۱) محیط، (۲) ذهنیت های مدیریتی و فرهنگ رایج در سازمان، (۳) تکنولوژی و نوع حرفه، (۴) استراتژی و اهداف کلان، (۵) مرحله عمر سازمان و (۶) ابعاد و اندازه سازمان در قالب عوامل اثرگذار ساختار سازمانی و طراحی سیستم ها و فرایند های عملیاتی پشتیبانی انعطاف پذیر مدیریتی چابک و یادگیرنده شناسایی شدند.

طراحی و مدیریت مالی: بخش مالی مدل های کسب و کار، بیانگر طرح ها، برنامه های و پیش بینی های یک کسب و کار نسبت به آینده است و هدف از جامایی آن در مدل کسب و کار، در اختیار داشتن یک سند مکتوب و در عین حال در حال تکامل است که به مدیران کمک می کند تا با نگاهی واقع بینانه به دور از حدس و گمان و خوش بینی یا بدبینی مفرط، علاوه بر مدیریت بهینه سرمایه در گردش خود، قادر به تقویت درآمدها و تامین مالی، پرداخت بدهی ها، کاهش هزینه باشند و در عین حال از آمادگی لازم برای رویارویی رخدادهای غیر قابل انتظار احتمالی که در کسب و کار اتفاق می افتد، باشند. در این مطالعه ۶ مؤلفه: (۱) تامین مالی (جمع سپاری، بورس، وام، اوراق قرضه، شخصی و ...)، (۲) سرمایه گذاری، (۳) حسابداری و کنترل

هزینه ها، ۴) پیش بینی و طرح ریزی بلند مدت، ۵) قیمت گذاری محصولات و خدمات ۶) عدالت توزیعی و باز توزیع سود به عنوان زیر مؤلفه های بُعد اصلی طراحی و مدیریت مالی شناسایی و معرفی شدند.

ارزیابی تاب آوری و عملیاتی بودن طرح با توجه به ویژگی اقتصاد مقاومتی و فناوری نرم: تاب آوری و عملیات بودن یک مدل کسب و کار، بیاتگر این مهم است که چگونه یک مدل قادر است در مواجهه با نوسانات اقتصادی و مخاطرات منفی که در معرض آنها قرار می گیرد، با هوشیاری، اتخاذ تدابیر و مکانیزم مقابله با شرایط ناگهانی، تحمل پذیری بالا خود را برده و از خود انعطاف نشان دهد. در این پژوهش چهار مؤلفه ی: ۱) منابع ساختاری، ۲) منابع شناختی، ۳) منابع ارتباطی و ۴) منابع عاطفی به عنوان عوامل اثر گذار بر تاب آوری و عملیاتی بودن مدل کسب و کار شناسایی شده اند.

نتیجه گیری

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 فقهی و 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، 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.

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.

پیشنهادهای کاربردی

- ❖ با توجه به ماهیت ذهنی و انتزاعی ارزش‌ها، شناسایی دقیق موانع و تلاش جهت رفع آنها از طریق ایجاد بسترهای ارتباطی جهت رفع ابهامات؛
- ❖ شناخت خرده فرهنگ‌ها و مفروضات آنها جهت هماهنگ‌سازی ارزش‌های جاری کسب و کار با آنها؛
- ❖ حمایت مدیران عالی از ارزش‌ها با هدف ایجاد نگرش بلندمدت نسبت به آنها در کسب و کار؛
- ❖ بکارگیری سیستم‌ها و فرایندهای موجود در سازمان راستای ترویج و تبلیغ ارزش محوری و پایبندی به اصول ارزشی در کسب و کار.

منابع

۱. امیری، حسین و بارانی پیرانوند، معصومه (۱۳۹۵). بررسی محیط کسب و کار در چارچوب اقتصاد مقاومتی: مطالعه موردی کشورهای حوزه سند چشم‌انداز. پژوهش‌های اقتصاد مقاومتی، سال دوم، شماره ۴، ص ۱۰۷-۱۳۳.
۲. تراب زاده جهرمی، محمدصادق. سجادیه سیدعلیرضا، سمیعی نسب مصطفی بررسی ابعاد و مولفه‌های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیت اله خامنه‌ای، مطالعات انقلاب اسلامی، شماره ۳۲، ص ۳۱-۴۶.
۳. سامنی، سامان و مدرس خیابانی، شهرام (۱۳۹۶)، تحلیل پیکره بنیاد گفتمان سیاست اقتصاد مقاومتی از دیدگاه مقام معظم رهبری، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال ۲۲، شماره ۲، ص ۱۰۷-۱۲۱.
۴. سلطانی، محمدرضا (۱۳۹۸)، شناسایی مؤلفه‌های فرهنگ و مدیریت جهادی در حوزه کسب و کار (با تأکید بر پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی)، دو فصلنامه علمی-تخصصی اسلام و مدیریت، ص ۸۵-۱۱۱.
۵. شهاب، محمدرضا، ۱۳۹۱، 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.
۶. فشاری، مجید و پورغفار، جواد (۱۳۹۷)، بررسی و تبیین الگوی اقتصاد مقاومتی در اقتصاد ایران، مجله اقتصادی شماره ۵، ص ۲۹-۴۰.
۷. مکیان، سید نظام‌الدین و زنگی آبادی، پروانه (۱۳۹۵). تحریم‌ها و الزامات اقتصاد مقاومتی. مجموعه مقالات اولین همایش اقتصاد مقاومتی.

Reference

۱. Afuah A, Tucci C. **Internet Business Models and Strategies**. McGraw-Hill, New York; ۲۰۱۶
۲. Betz F. Strategic Business Models. **Engineering Management Journal** 2018
۳. Boorman, Jack, et al. The Centennial Resilience Index: Measuring Countries' Resilience to Shock. **Global Journal of Emerging Market Economies** 5.2, 2015
۴. Braet, O. & Ballon, P. (۲۰۱۷). Business Model Scenarios for Remote Management. **Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research**, 2 (3), 62-79.
۵. Brekke, K.A. Kverndokk, S. Nyborg, K. ۲۰۱۸. An economic model of moral motivation. **Journal of Public Economics** ۸۷ (۹-۱۰), ۱۹۶۷-۱۹۸۳.
۶. Brown, Stanley A. (۲۰۱۶) **Customer Relationship Management**. Toronto: John Wiley & Sons.
۷. Sandelowski M., Barroso J., Voils C.I. (۲۰۰۷) "Using qualitative metasummary to synthesize qualitative and quantitative descriptive findings", **Research in Nursing & Health**, ۳۰(۱): ۹۹-۱۱۱.
۸. Zimmer L. (۲۰۰۶) "Qualitative meta- synthesis: A question of dialoguing with texts", **Journal of Advanced Nursing**, ۵۳(۳): ۳۱۱-۳۱۸.