

کاربست الگوی نوآوری اجتماعی در اقتصاد مقاومتی

محمد رضا مرادی طادی^{۱*}

محمد رضا شرف^۲

چکیده

یکی از کارکردهای اصلی دولت مدرن «طرح توسعه» است. دولت‌ها می‌کوشند برای حفظ قدرت ملی و رفاه مردمان‌شان طرح توسعه را دنبال کنند که می‌تواند توسعه درون‌زا، برون‌زا یا ترکیبی باشد. در شرایطی خاص (مانند تحریم) دولت‌ها مجبورند توسعه درون‌زا را دنبال کنند. یکی از تجربه‌های توسعه درون‌زا طرح الگوی اقتصاد مقاومتی در ایران بوده است. در همین راستا، پرسش اصلی این مقاله معطوف این مسئله شده است که چگونه می‌توان الگوی نوآوری اجتماعی را برای تحقق اقتصاد مقاومتی به کار گرفت. فرضیه پژوهش این بوده که اقتصاد مقاومتی یکی از الگوهای توسعه درون‌زا است و از آنجا که نوآوری اجتماعی نیز بر ظرفیت‌های جامعه هدف متمرکز است،

۱. دکتری علوم سیاسی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) M.moradi.tadi@gmail.com

۲. دکتری علوم سیاسی، دانشگاه جامع انقلاب اسلامی، تهران، ایران



به‌کارگیری این الگو می‌تواند به تحقق بخشی از اهداف اقتصاد مقاومتی یاری برساند. یافته‌های تحقیق نشان داده است که نخست، اقتصاد مقاومتی در راستای توسعه درون‌زا قابل‌توریزه کردن است. دوم اینکه با توجه به ظرفیت‌های جامعه‌شناختی ایران، کاربست الگویی تلفیقی از نوآوری اجتماعی و سیاست‌گذاری عمومی می‌تواند موجب توسعه درون‌زا بر مبنای اقتصاد مقاومتی شود و در نهایت این رهیافت با ظرفیت‌های اکوسیستم اقتصادی-اجتماعی ایران هم‌خوانی بالایی دارد. مقاله در نتیجه‌گیری به توصیه سیاستی رسیده و آن را برای سیاست‌گذاران تشریح کرده است. رویکرد مقاله توصیفی-تحلیلی و روش جمع‌آوری داده‌ها کتابخانه‌ای و اسنادی بوده است.

کلیدواژه‌ها:

اقتصاد مقاومتی، نوآوری اجتماعی، توسعه، دولت، رفاه، آسیب‌پذیری اقتصادی



۱. مقدمه و بیان مسئله

دولت و توسعه از جهاتی دوقلوهای همزاد هستند. برخی از متفکرین بر این باورند که با توسعه در قالب مدرنیته، دولت^۱ شکل گرفت و دولت نیز برای تداوم ساختاری خود و حفظ قدرت ملی اش در عرصه منطقه‌ای و بین‌المللی از یک سو و مشروعیت داخلی و رفاه شهروندان از سوی دیگر، توسعه را دنبال کرد (حاجی یوسفی، ۱۳۷۷: ۱۸۱). از این رو باید گفت نوعی رابطه رفت و برگشتی و تأثیر و تأثر دوجانبه و چرخه‌ای از روابط بین دولت و توسعه وجود دارد. برای توسعه تعاریف مختلفی وجود دارد؛ اما در کل توسعه را می‌توان به‌مثابه مفهومی هنجاری نگریست که شامل انتخاب، تربیت و تخصیص ارزش‌ها و هنجارها در جامعه می‌شود. این امور بر راهبرد توسعه تقدم وجودی دارند و به‌منزله شالوده و مبنای عمل می‌کنند که توسعه از آن نشئت می‌گیرد. از این گذشته، توسعه را می‌توان مانند روندی پویا و عینی به‌منظور تغییر واقعیات اجتماعی کنونی به جامعه‌ای مطلوب‌تر تصور کرد. برای رسیدن به چنین هدفی، باید در رفتار موجود، ساختار اجتماعی، سازمان اقتصادی و روند سیاسی، تحولات کیفی روی دهد.

دولت در ایران نیز از ابتدای شکل‌گیری، به هر نحوی از انحاء و با فرازوفرودهای متفاوت (و بی‌توجه به اینکه موفق بوده است یا نه) طرح توسعه را در دستورکار داشته است. محققان بر این باورند که دولت برای عملیاتی کردن طرح توسعه از طریق رشد اقتصادی اقدام کرده است. با بررسی مجموعه سیاست‌گذاری‌های دولت در دهه‌های گذشته سه مسیر متمایز برای تأثیر فعالیت‌های دولت بر رشد اقتصادی قابل ارزیابی است. مسیر اول سازکارهای بودجه‌ای را مورد توجه قرار می‌دهد. مسیر دوم بر تصدی‌های دولت در حوزه بنگاه‌های اقتصادی متمرکز می‌شود و در نهایت، سومین مسیر، اموری از قبیل تعیین قیمت کالا و خدمات در سطح خرد و اختلال‌های ایجادشده در سطح کلان را دربر می‌گیرد. ارائه شاخص‌های مناسب کمی برای اندازه‌گیری میزان تصدی‌های دولت؛ بررسی اندازه دولت با توجه به یارانه‌های پنهان موجود در اقتصاد و نیز تدقیق شاخص‌های متعدد کمی برای سنجش میزان اختلال‌های ایجادشده توسط دولت و ارزیابی آثار هر یک بر رشد اقتصاد ایران می‌تواند این رابطه را توضیح دهد. با توجه به این چارچوب تحلیلی، تمایل غالب دولت‌ها در ایران، همواره

۱. State

دخالت در بازارها، عرضه کالاهای خصوصی و دوری از عرضه کالای عمومی بوده است (نیلی، درگاهی، نیلی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۲).

در همین راستا، یکی از بحث‌هایی که در ادبیات سیاست‌گذاری اقتصادی در ایران همیشه بین کارشناسان مطرح بوده این است که آیا توسعه الزاماً باید برون‌زا و با پیوند و ارتباط با اقتصاد جهانی انجام شود یا با اتکا بر ظرفیت‌های داخلی نیز می‌توان به توسعه دست یافت؟ در این مناقشه برخی از اهل نظر با ابتدا بر مفاهیمی همچون تعاملات بین‌المللی و درهای باز اقتصادی معتقدند توسعه الزاماً برون‌زاست و با توجه به ظرفیت‌های تعامل با نظام بین‌الملل ایجاد می‌شود؛ در حالی که برخی دیگر با تکیه بر مفاهیمی همچون خودکفایی بر این نظرند که توسعه اتفاقاً باید بر مبنای صرف ظرفیت‌های داخلی رخ بدهد.

در همین راستا با اوج‌گیری تحریم‌های بلوک غرب، به رهبری آمریکا، علیه جمهوری اسلامی ایران، مفهومی تحت عنوان «اقتصاد مقاومتی» در ابتدا در ادبیات رهبری و سپس در مجامع دانشگاهی طرح شد که الگوی توسعه درون‌زا را دنبال می‌کرد. البته «توسعه» در اینجا برای وحدت مفهومی متناظر با مفهوم «پیشرفت» در بیانات رهبری به کار رفته است و همان شاخصه‌ها را مد نظر دارد. از همین روی یکی از مسائل این بود که اقتصاد مقاومتی را چگونه می‌توان تنویر و عملیاتی کرد. در این پژوهش با طرح الگوی نوآوری اجتماعی به عنوان یکی از الگوهایی که عموماً بر ظرفیت‌های داخلی جوامع تکیه دارد، این پرسش دنبال شده است که چگونه می‌توان با کاربست الگوی نوآوری اجتماعی به تحقق اقتصاد مقاومتی یاری رساند. از سوی دیگر، چون در این تحقیق برای دولت و تأثیرگذاری آن در تحقق اقتصاد مقاومتی نقش مؤثری فرض شده است، تلاش بر این بوده تا الگوی منتخب نوآوری اجتماعی با روشی از سیاست‌گذاری عمومی تلفیق و یک مدل ترکیبی استخراج شود. در ادامه با بررسی چارچوب نظری، این پرسش از نزدیک مورد مذاقه و بررسی قرار خواهد گرفت.

۲. ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش

۲-۱. مبانی نظری

- نوآوری اجتماعی

با ظهور سرمایه‌داری مدرن در تاریخ اروپا، انسان فعال اقتصادی به عنوان بورژوا معرفی شد و

در همین راستا ادبیاتی حول وحوش آن شکل گرفت که به یمن مساعی کارل مارکس، بیشتر انتقادی بود؛ از همین رو تقریباً تصویری منفی از این تیپ اجتماعی ارائه شد؛ اما بعداً متفکرین اقتصادی تلاش کردند با توجه به تحولات اجتماعی و اقتصادی، این الگو را بازسازی کنند. در همین زمینه ژوزف شومپتر^۱ در برابر شخصیت بورژوازی مارکس، برای اولین بار از تیپ «کارآفرین»^۲ یاد کرد که رهبری خلاق را در سازمان اقتصادی سرمایه‌داری بر عهده می‌گرفت (مولر، ۱۳۹۹: ۵۱۷؛ مک کراو، ۱۳۹۸: ۱۳). با این گذار از بورژوا به کارآفرین، نظریات اقتصادی به سمت نقش فعال انسان در تحولات اقتصادی معطوف شدند و بعداً مفاهیمی همچون نوآوری و انواع مختلف آن شامل نوآوری محصول، نوآوری فرایند، نوآوری سازمانی، نوآوری خدماتی، نوآوری سیستمی، نوآوری پایداری، نوآوری نهادی و در نهایت و به تبع آنها، نوآوری اجتماعی (اشمیت، ۱۳۹۴: ۱۷) طرح شدند.

نوآوری اجتماعی^۳ در اصل به عنوان پاسخی به چالش‌های فزاینده اجتماعی، زیست‌محیطی و جغرافیایی مسائل پیچیده یا مشکلات بدخیم^۴ ظهور کرده است. این مسائل پیچیده و چندبُعدی طیفی وسیع از ذی‌نفعان را دربر می‌گیرند و به‌سختی حل می‌شوند. این چالش‌ها متعدّدند، ولی در این میان می‌توان از شکست دولت رفاه مدرن، شکست سرمایه‌داری بازار سنتی، کاهش منابع طبیعی و تغییرات آب و هوایی، جمعیت رو به پیری و هزینه‌های سالمندی و نگهداری ناشی از آن، آثار جهانی‌سازی، آثار افزایش شهرنشینی و پدیده‌هایی مانند آنها نام برد.

نوآوری اجتماعی به ایده‌های جدیدی اشاره دارد که برای رسیدن به هدف‌های اجتماعی به کار می‌آیند. به عبارتی نوآوری اجتماعی عبارت است از فعالیت‌های نوآورانه و خدماتی که انگیزه‌شان برآورده کردن یک نیاز اجتماعی است و مدام از خلال سازمان‌هایی که هدف اولیه‌شان اجتماعی است، در حال بسط و اشاعه هستند. به عبارت ساده‌تر می‌توان گفت نوآوری اجتماعی در راستای

۱. Joseph Schumpeter

۲. Entrepreneur

۳. Social Innovation

۴. Wicked Problems



منفعت جمعی است. این راه‌برد در اصل راهی برای حل مشکلات اجتماعی از طریق اول، به‌وجود آوردن امکانات جدیدی که موجبات پیشرفت و راحتی افراد در زندگی فردی و اجتماعی را فراهم می‌کند؛ دوم، به‌وجود آوردن موقعیت‌های شغلی جدید از طریق مهارت و شیوه‌های نوین کار است که به پیشرفت و بهتر شدن موقعیت اجتماعی افراد در مشاغل کمک می‌کند (گلد اسمیت، ۱۳۹۵: ۹). امروز اقبال به نوآوری اجتماعی به‌عنوان یک پارادایم جدید چنان رو به فزونی رفته که در برخی کشورهای پیشرفته از جمله در اروپا و آسیای جنوب شرقی اقدام به تأسیس «صندوق نوآوری اجتماعی» کرده‌اند (کشتکار، ۱۳۹۷: ۳) تا از این دست فعالیت‌ها حمایت کنند.

باید توجه کرد که بین نوآوری اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی^۱ تفاوت ظریفی وجود دارد. نوآوران اجتماعی افرادی هستند که دغدغه حل مشکلات اجتماعی را در سر دارند. گاهی اوقات، علت این دغدغه آن است که آنها با مشکلات فردی مواجه بوده‌اند یا مدتی نسبتاً طولانی را روی آن مشکل کار کرده‌اند. کارآفرینان اجتماعی به کسب ارزش برای خود یا سازمان خود توجهی ندارند، بلکه بر بهبود اوضاع جهان و ارزش‌آفرینی در حوزه‌های خاص جامعه که برای بهبودشان اشتیاق دارند، متمرکزند. نوآوران اجتماعی، با رسیدگی به مشکلات مهمی که نادیده گرفته شده‌اند و پیامدهای خارجی دارند، احتمال موفقیت در ارزش‌آفرینی اجتماعی را افزایش می‌دهند (سعدآبادی و مرادی‌طادی، ۱۳۹۵: ۷۶؛ محنت‌فر، رحیمی و بخشیان، ۱۳۹۴: ۱۸).

نوآوری اجتماعی راه‌بردی است که الگوهای متعدد و متفاوتی دارد. متخصصین این حوزه به فراخور تحقیقاتی که داشته‌اند، الگوهایی را برای تحقق نوآوری اجتماعی طراحی کرده‌اند. برای نمونه می‌توان از این موارد نام برد: مدل مسیرهای مقیاس از الکتینگتون یافتم؛ تجربه؛ مخاطره؛ اکوسیستم عوامل تغییر؛ اقتصاد (متداول‌سازی)؛ مدل چهارمرحله‌ای آشوکا شامل «کارآموزی، شناسایی راهکارها و آزمون آنها، موفقیت و توسعه، اثر جهانی»؛ مدل دفتر مشاوران سیاستی اروپا شامل «شناسایی نیازهای جدید، برآورده‌نشده یا به‌صورت کامل برآورده‌نشده؛ توسعه راه‌حل‌های جدید برای پاسخ به نیازها؛ سنجش اثربخشی راه‌حل‌های جدید برای رفع نیازها؛ اجرا و پیاده‌سازی

۱. Social Entrepreneurship





در مقیاس وسیع»؛ مدل شش مرحله‌ای مورای^۱ شامل «تشخیص یک مشکل که باید حل شود؛ ایده‌پردازی با هدف حل مشکل؛ ارائه نمونه اولیه عملی برای آزمایش ایده‌ها؛ ارزیابی عملیاتی ایده منتخب؛ انتشار و اجرا در مقیاس وسیع؛ تغییرات نظام‌مند» (اشمیت، ۱۳۹۴؛ سعدآبادی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۷).

درواقع نوآوری اجتماعی در برابر رویکردهایی مطرح شد که «راه‌حل‌های عمودی برای مشکلات افقی» را دنبال می‌کردند؛ زیرا اساساً دولت نمی‌تواند مشکلات موازی پیچیده را با راه‌حل‌های «دستوری کنترلی» و به روش از بالا به پایین حل کند (گلداسمیت، ۱۳۹۵: ۵۱). وقتی دولت خود را در رأس هرم قدرت ببیند (نگاه عمودی: از بالا به پایین) و بخواهد همچون لویاتانی قدر قدرت مناسبات اجتماعی و اقتصادی را از بالا و به روش‌های دستوری و کنترلی هدایت کند، درواقع اولاً نه تصویر دقیق از مناسبات اجتماعی دارد (مناسباتی که شکل‌بندی افقی دارند) و نه اینکه اساساً می‌تواند از ظرفیت‌های خود جامعه بهره‌برد. جالب اینجاست که بند یک سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی دقیقاً بر استفاده از ظرفیت‌های جامعه و توانمندی‌های مردمی تأکید و اصرار دارد و اصولاً دولت را یگانه بازیگر این عرصه نمی‌داند، بلکه مشارکت آحاد جامعه را نیز ضروری می‌داند: «تأمین شرایط و فعال‌سازی کلیه امکانات و منابع مالی و سرمایه‌های انسانی و علمی کشور به‌منظور توسعه کارآفرینی و به حداکثر رساندن مشارکت آحاد جامعه در فعالیت‌های اقتصادی با تسهیل و تشویق همکاری‌های جمعی و تأکید بر ارتقای درآمد و نقش طبقات کم‌درآمد و متوسط».

بنابراین در اینجا نوآوری اجتماعی به مثابه یک الگوی بدیل وارد می‌شود تا قدرت جامعه را برای حل و فصل مشکلات خود جامعه بسیج کند. احتمالاً به همین دلایل بوده است که در راهبرد ۲۰۲۰ اروپا، برای نوآوری اجتماعی یک نقش مهم و قابل توجه در نظر گرفتند؛ به گونه‌ای که خلاقیت و نوآوری در شکل عمومی و نوآوری اجتماعی در عمل و به صورت خاص، فاکتورهای اساسی برای تقویت رشد پایدار، امنیت کار و افزایش قابلیت‌های رقابتی باشد (مبینی و کشتکار، ۱۳۹۵: ۱۰۳).



بنا به همین دلایل و تأکیدی که بر تمرکز بر رویکردهای افقی به جای دستورهای عمودی وجود داشته، یک تعریف جامع و کاربردی از نوآوری اجتماعی امکان‌پذیر شده است. از همین رو نوآوری اجتماعی را در نهایت می‌توان آمیزه و ترکیب جدید بین‌المللی و نتیجه‌محوری از راهکارها و اقدامات اجتماعی دانست. این رویکرد توسط بازیگر یا بازیگرانی مشخص در بستر اجتماعی خاص یا حوزه تعریف‌شده‌ای از فعالیت‌ها آورده می‌شوند و هدف‌شان این است که مشکلات و نیازها را در مقایسه با راهکارهای فعلی به صورت بهتری حل یا برطرف کنند؛ بنابراین، هر پدیده‌ای که با روش‌های بازاری یا مداخله‌های غیرانتفاعی به لحاظ اجتماعی مورد قبول واقع شود و همچنین در جامعه یا منطقه اجتماعی مشخصی پخش شود، نوآوری اجتماعی نام خواهد گرفت. در همین حین، این نوآوری برای انطباق با محیط متحول می‌شود و در نهایت به منزله امری روزمره یا اقدام اجتماعی جدید نهادینه خواهد شد (اشمیت، ۱۳۹۴: ۱۶).

۲- اقتصاد مقاومتی

اصطلاح «اقتصاد مقاومتی» اولین بار در ادبیات رهبری در سال ۱۳۸۹ به کار رفت. بعد از آن با تدوین سیاست‌های کلی «اقتصاد مقاومتی» که پس از مشورت با مجمع تشخیص مصلحت نظام تعیین و ابلاغ شده، شکل رسمی به خود گرفته است. در متن سیاست‌های کلی تعریف مشخصی از این اصطلاح که بتواند رویکرد آن را توضیح بدهد، نیامده است؛ با این حال، در مقدمه توضیحی ارائه شده است که می‌تواند مؤلفه‌های این رویکرد را تبیین کند: «ایران اسلامی با استعدادهای سرشار معنوی و مادی و ذخایر و منابع غنی و متنوع و زیرساخت‌های گسترده و مهم‌تر از همه، برخورداری از نیروی انسانی متعهد و کارآمد و دارای عزم راسخ برای پیشرفت، اگر از الگوی اقتصادی بومی و علمی برآمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی که همان اقتصاد مقاومتی است، پیروی کند، بر همه مشکلات اقتصادی فائق می‌آید».

در این مقدمه که می‌تواند جایگزین تعریف شود مشخصاً بر سه عنصر تأکید شده است: منابع مواد خام داخلی؛ زیرساخت‌های کشور؛ نیروی انسانی کارآمد. در همین متن به «اقتصاد بومی» نیز اشاره شده است تا الگوی این مدل اقتصادی صراحت بیشتری پیدا کند. با این احتساب می‌توان گفت

اقتصاد مقاومتی نوعی از اقتصاد بومی است؛ بدین معنا که به ظرفیت‌های داخلی و خودکفایی بیش از تعاملات بین‌المللی اهمیت و اعتبار می‌دهد. این تعریف بازسازی‌شده نزدیک به همان تعریفی است که قائل بر آن هستند که اقتصاد مقاومتی را باید «بر مبنای جهاد اقتصادی و نظام انگیزشی اسلامی» تعریف کرد (باقری و موسوی، ۱۳۹۷: ۱۱۱).

با این حال به نظر می‌رسد که در ابتدا، برای اهل فن نیز این اصطلاح ابهام‌هایی داشته است؛ زیرا اقتصاد مقاومتی در اولین روزهای معرفی، بیشتر به صورت مقاومت اقتصادی معرفی می‌شد. در ادبیات اقتصادی، اقتصاد پایدار به اقتصادهایی اشاره دارد که در حال دست‌وپنجه نرم کردن با مشکلاتی مانند جنگ، تحریم و محاصره هستند. از این‌رو، غزه و ایران را نمونه‌هایی از این نوع اقتصادها بر می‌شمارند. البته از این برداشت در زمان جنگ تحمیلی با قوت بیشتری در خصوص ایران استفاده می‌شد (سیف‌لو، ۱۳۹۳: ۲۴).

اگرچه تعبیر «اقتصاد مقاومتی» در ادبیات رایج علوم اقتصادی جهان دقیقاً با همین ترکیب اضافی اقتصاد مقاومتی به کار نرفته است، اما مجموعه مفاهیم یا خوشه‌های مفهومی مشابهی وجود دارد که تا حد زیادی طیف معنایی آنها با این اصطلاح هم‌پوشانی دارد. اصطلاحات زیر که از متون اقتصادی معتبر استخراج شده، از این جمله است:

انعطاف‌پذیری اقتصادی؛^۱ آسیب‌پذیری اقتصادی؛^۲ ضد شکنندگی اقتصادی؛^۳ پایداری و تداوم اقتصادی؛^۴ استحکام و پیوستگی متقابل در اقتصاد؛^۵ ثبات اقتصاد کلان؛^۶ اقتصاد بازدارنده و بازدارندگی اقتصادی؛^۷ مقاوم بودن اقتصادها و نهادها؛^۸ تحلیل وضعیت استادگی در اقتصاد؛^۹ اقتصاد

۱. Resilience Economic
۲. Economic Vulnerability
۳. Economic Anti-fragility
۴. Sustainable & Persistent Economy
۵. Economy Solidarity
۶. Macroeconomic Stability
۷. Economic Deterrence
۸. Robustness of Institutions & Economies
۹. Stationary in Economics

با وضعیت ثابت و پایدار^۱ و ظرفیت متحمل^۲. این مفاهیم به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در ادبیات اقتصادی حال حاضر دانشگاه‌های جهان رایج‌اند و درون‌مایه آنها از منظر مضمون و منطق با طیف دلالت‌های اقتصاد مقاومتی هم‌پوشانی دارد. برای ایضاح سخن التفات به نکات زیر ضروری است: اول، خود مفهوم مقاوم بودن یک مفهوم طیفی یا به عبارتی یک کلی مشکک بوده و یک مفهوم مطلق و دارای اندازه‌ای مشخص نیست.

دوم، اقتصاد مقاومتی قبل از علم، دین و نقل، یک مفهوم عقلی است. شاهد بر این مدعا این است که در هرکجای دنیا اصل بر استحکام، مقاومت و قوام است و این یک اصل عقلی است. سوم، اقتصاد مقاومتی یک برنامه کوتاه‌مدت نیست بلکه یک فرایند است یا به عبارتی یک راهبرد کلان است و صرفاً یک تاکتیک نیست و تنها مربوط به دوره تحریم نخواهد بود. پس از رصد ابعاد اقتصاد مقاومتی مشخص شد که این عبارت با مفاهیمی از قبیل تاب‌آوری اقتصادی، آسیب‌پذیری اقتصادی، ضدشکندگی اقتصادی، اقتصاد پایدار و متداوم، استحکام و پیوستگی متقابل، ثبات اقتصاد کلان، مقاوم بودن مدل‌ها و نهادها مرتبط است (پیغامی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۳۴).

یک نکته حائز اهمیت دیگر، امکان خلط دو مفهوم مقاومت و ریاضت^۳ است. اقتصاد مقاومتی برخلاف برخی از شبهه‌های مطرح‌شده، به معنای ریاضت اقتصادی نمی‌تواند و نباید باشد؛ زیرا اگر اقتصاد مقاومتی به معنای ریاضت اقتصادی تعریف و تبیین شود، وجوهات زایا و زاینده آن از دست می‌رود و صرفاً بر یک الگوی صرفه‌جویی افراطی تأکید خواهد شد که قطعاً این الگو نمی‌تواند موجبات رونق تولید و کاهش میزان بیکاری را فراهم کند؛ زیرا در گُنه مفهوم ریاضت اصولاً نوعی انفعال وجود دارد؛ در حالی که منظور از اقتصاد مقاومتی قبل از هر چیزی یک الگوی اقتصادی متناسب با شرایط معاصر است. به نظر می‌رسد متناظر کردن اقتصاد مقاومتی با ریاضت اقتصادی در همان طیف تعاریفی قرار می‌گیرد که اقتصاد مقاومتی را مقاومت اقتصادی معنا می‌کند.

۱. Steady State Economy

۲. Carrying Capacity

۳. Austerity



با توجه به اینکه اقتصاد مقاومتی مشخصاً در عصر اوج تحریم و به‌عنوان یک راهبرد نوآورانه برای مقابله با آن ارائه شد، به نظر می‌رسد که بتوان آن را اصولاً در برابر آسیب‌پذیری اقتصادی قرار داد و به‌عنوان وجه مخالف تعریف کرد؛ چنان که در بند دوازدهم سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی نیز بر این نکته تأکید شده است: «افزایش قدرت مقاومت و کاهش آسیب‌پذیری اقتصاد کشور از طریق توسعه پیوندهای راهبردی و گسترش همکاری و مشارکت با کشورهای منطقه و جهان به‌ویژه همسایگان؛ استفاده از دیپلماسی در جهت حمایت از هدف‌های اقتصادی؛ استفاده از ظرفیت‌های سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای».

آسیب‌پذیری اقتصادی به شرایط ذاتی اطلاق می‌شود که میزان قرار گرفتن کشور در معرض شوک‌های برون‌زا را متأثر می‌کند. بریگوگلیو^۱ به تأسی از متون اقتصاد رایج در خصوص آسیب‌پذیری اقتصادی، این مفهوم را در کشورهای کوچک و جزیره‌ای در حال توسعه بررسی و این تعریف را ارائه کرده و آن را شامل موارد زیر دانسته است: درجه بالای باز بودن اقتصادی در مقایسه با سایر کشورها؛ وابستگی به صادرات با دامنه محدودی از کالاها (محدودیت متنوع‌سازی)؛ وابستگی به واردات راهبردی (به‌ویژه انرژی و کالاهای صنعتی با محدودیت در امکانات جایگزینی واردات)؛ انزوای جزیره‌ای بودن و دسترسی نداشتن و هزینه‌های حمل‌ونقل متناظر آن و خروج از مرکزیت و کاهش اهمیت.

آسیب‌پذیری می‌تواند به‌عنوان نتیجه سه مؤلفه زیر در نظر گرفته شود: اندازه و تنوع (فراوانی) شوک‌های برون‌زا، چه به‌صورت مشاهده‌شده (آسیب‌پذیری پسینی) یا پیش‌بینی‌شده (آسیب‌پذیری پیشینی)؛ میزان قرار گرفتن در معرض شوک‌ها؛ ظرفیت و قابلیت پاسخ به شوک‌ها یا تاب‌آوری (سیفلو، ۱۳۹۳: ۲۸). از این مؤلفه‌ها، موارد وابستگی به صادرات با دامنه محدود (در مورد اقتصاد ایران: نفت) و قرارگیری در معرض شوک (مثل فراز و فرود قیمت نفت و تأثیرش بر اقتصاد ایران) و وابستگی به واردات راهبردی دقیقاً با وضعیت اقتصاد ایران تطبیق داشته و شاید از همین جهت هم بوده که تحریم‌ها بر کیفیت اقتصاد ایران تأثیر قابل توجهی گذاشتند.





بنابراین مشخصاً می‌توان گفت تحریم‌ها ویژگی آسیب‌پذیری اقتصادی ایران را هر چه بیشتر آشکار کردند و راهبرد اقتصاد مقاومتی به‌عنوان نسخه‌ای تجویزی برای مقابله با آن ارائه شده است. از همین رو، در این پژوهش اقتصاد مقاومتی به‌عنوان نسخه برای آسیب‌پذیری اقتصادی ناشی از تحریم‌ها لحاظ شده است. در همین راستا، اقتصاد مقاومتی را اتکا بر ظرفیت‌های داخلی در راستای رشد تولید و رونق اقتصاد و افزایش پارامترهای اقتصادی می‌توان تعریف کرد. پس در کل اقتصاد مقاومتی به‌معنای توانمندسازی با اتکای بر ظرفیت‌های داخلی برای مهار آسیب‌پذیری اقتصادی تعریف می‌شود.

۲-۲. پیشینه پژوهش

جدول ۱: پیشینه پژوهش

نویسنده (گان)- روش استفاده‌شده	اهداف یا سؤال‌های اصلی	مهم‌ترین یافته‌ها
باقری و موسوی (۱۳۹۷)	«مفهوم‌شناسی اقتصاد مقاومتی و تبیین نقش و جایگاه آن در دوران پساتحریم»	آنها اقتصاد مقاومتی را به‌معنای مقاومت اقتصادی تعریف می‌کنند و بر این باورند که این رویکرد به بازتعریف فلسفه وجودی نهادها و قوانین، مقاوم‌سازی و ترمیم ساختارهای فرسوده و ناکارآمد موجود اقتصادی می‌پردازد. نویسندگان به تحلیل نقش و جایگاه این الگوی اقتصادی به‌عنوان نسخه همه‌جانبه در شرایط تحریم و پس از آن می‌پردازند و راهبرد سیاست‌های اقتصاد مقاومتی را در چشم‌انداز آینده کشور بررسی می‌کنند.
حسین‌پور و محمدی (۱۳۹۵)	«سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی برای برون‌رفت از بحران»	آنها اقتصاد مقاومتی را بر مبنای دو مؤلفه خنثی‌سازی و دور زدن تحریم‌ها و کوچک‌سازی و توانمندسازی دولت، راهکاری برای توسعه کشور دانسته‌اند. در همین راستا آنها به مصداق‌هایی مانند اقتصاد الگو، اقتصاد موازی، اقتصاد دفاعی



نویسنده (گان)- روش استفاده شده	اهداف یا سؤال‌های اصلی	مهم‌ترین یافته‌ها
		و اقتصاد ترمیمی نیز اشاره کرده‌اند.
سلیمانی و نکویی (۱۳۹۹)	«بررسی تجربیات کشورهای مختلف در مقاومت‌سازی اقتصاد، دلالت‌هایی برای دستیابی به الگوی عملیاتی اقتصاد مقاومتی در ایران»	آنها کوشیده‌اند به یک الگوی عملیاتی برسند. نکته‌ای که در همان ابتدا به چشم می‌آید آن است که آنها نیز از اقتصاد مقاومتی درواقع مقاومت‌سازی نظام اقتصادی را مراد کرده‌اند. در همین راستا، آنها کوشیده‌اند اولاً اقدامات برتر در این حوزه را به‌واسطه تجارب کشورهای مختلف شناسایی و سپس آن تجارب را با توجه به ظرفیت‌های ساختار اقتصادی ایران بومی‌سازی کنند. به زعم نویسندگان، این تجربیات می‌تواند زمینه‌ساز تحقق برخی عوامل افزایش مقاومت و انعطاف‌پذیری اقتصاد ازجمله رفع وابستگی بودجه دولت و نیازهای ارزی کشور به درآمدهای نفتی، تخفیف مشکل بیکاری، افزایش نقش مردم در اقتصاد، مدیریت بهینه انرژی و ایجاد چارچوب بهینه برای تعامل با سایر کشورها شود. درواقع می‌توان گفت تحقیق آنها بیش از آنکه صبغه تئوریک داشته باشد، به‌دنبال یک الگوی عملی و کاربردی است.
هرورانی و خوشکلام خسروشاهی (۱۳۹۵)	«اقتصاد مقاومتی و راهبرد جمهوری اسلامی ایران برای مقابله با رویکردهای خصمانه آمریکا و عربستان سعودی	آنها از صرف پژوهش در این اصطلاح فراتر رفتند و یک مورد مطالعاتی را نیز بررسی کردند. نویسندگان ضمن پذیرش نوآیین بودن این اصطلاح از یک سو و زایش این اصطلاح به‌تبع فضای تحریم از سوی دیگر، کوشیده‌اند با بررسی این اصطلاح، راهکارهایی را برای مهار تأثیر تحریم‌ها بر صنعت نفت پیشنهاد کنند. راهکارهای آنها عبارت است از: خروج از اوپک، گسترش دیپلماسی انرژی، استفاده بهینه از ظرفیت ممتازی به



نویسنده (گان)- روش استفاده شده	اهداف یا سؤال‌های اصلی	مهم‌ترین یافته‌ها
	در بازار نفت»	نام اقتصاد مقاومتی، اعمال سیاست‌هایی برای جایگزین ناپذیری نفت ایران برای مشتریان راهبردی در صورت تأکید بر تداوم صادرات نفت، رعایت عدالت بین‌نسلی و حفظ اصل سرمایه‌ها، تجهیز همه امکانات برای جلوگیری از خام‌فروشی نفت و صادرات فرآورده‌های نفتی با ارزش افزوده بالاتر، پرهیز از واردات بی‌رویه و بازگشت به سیاست تولید داخل در راستای اقتصاد مقاومتی، ارتقای بنیان‌های تولید و کمک به تغییر راهبرد تولید از سنتی به تولید تجاری و دانش‌پایه، کاهش تدریجی وابستگی بودجه دولت به درآمدهای نفتی و ایجاد ثبات در درآمدهای ارزی به‌واسطه تقویت مدیریت صحیح حساب ذخیره ارزی (صندوق توسعه ملی) کشور و درنهایت جلوگیری از گسترش حضور و دخالت دولت در اقتصاد و واگذاری امور اقتصادی کشور به بخش خصوصی.

وجه نوآوری مقاله حاضر نسبت به مطالعات پیشین

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، در بیشتر پژوهش‌های ارائه‌شده در ادبیات تحقیق ابتدا تلاش شده است این اصطلاح تعریف شود. علت آن هم ابهامی است که غالباً در هر مفهوم نوآینی وجود دارد. از سوی دیگر کوشیده‌اند این اصطلاح را تئوریزه کنند که در این مورد بیشتر «اقتصاد مقاومتی» را «مقاومت اقتصادی» درک کرده‌اند. درنهایت بیشتر تلاش‌ها معطوف ارائه راهکارهای کاربردی شده است. در بیشینه این تحقیقات بر ظرفیت‌های اقتصادی تأکید شده و آنچه در بیشتر این پژوهش‌ها مغفول مانده ارائه الگوهایی است که همگام با ظرفیت اجتماعی واقعی ایران عمل کند. این نکته وجه



نوآورانه این تحقیق است که درصدد بهره‌گیری از ظرفیت‌های اجتماعی و پیوند دادن آن با اقتصاد مقاومتی است.

۳. روش‌شناسی پژوهش

رویکرد تحقیق در این مقاله توصیفی-تحلیلی است. در پژوهش‌های توصیفی، محقق به دنبال چگونگی بودن موضوع است و می‌خواهد بداند پدیده، متغیر، شیء یا مطلب چگونه است. پژوهش‌های توصیفی هم جنبه کاربردی دارند و هم جنبه مبنایی. در بعد کاربردی نتایج این تحقیق در قالب توصیه‌های سیاستی برای نهادهای مرتبط کاربرد خواهد داشت. چارچوب تئوریک بحث تلفیقی از الگوهای نظری سیاست‌گذاری عمومی و پارادایم نوآوری اجتماعی است. داده‌ها به روش مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی اسناد جمع‌آوری شده‌اند. با این حال از داده‌های تجربی که توسط محققان دیگر از مطالعات میدانی پروژه‌های مرتبط جمع‌آوری شده نیز مورد استفاده قرار گرفته است. در این مقاله به دلیل عدم نیاز، از نرم‌افزار استفاده نشده است.

الف) کاربست نوآوری اجتماعی در اقتصاد مقاومتی

همان‌گونه که پیشتر ذکرش گذشت، نوآوری اجتماعی رویکردی واحد هست، اما مدل‌های اجرایی یکسانی ندارد، بلکه محققان و فعالان این حوزه به فراخور حال، مدل‌های مختلفی را طراحی و اجرا کرده‌اند. این تنوع مدل‌ها ناشی از ماهیت گشوده و منعطف این رویکرد است که با توجه به جامعه هدف کاملاً قابلیت دارد که خود را تطبیق دهد و با توجه به ظرفیت‌های موجود، خود را بازطراحی کند.

از همین رو برای این تحقیق نیز نیاز هست تا یک مدل اجرایی از بین مدل‌های موجود انتخاب شود که در این راستا مدل شش مرحله‌ای مورای و همکاران انتخاب شده است. انتخاب این مدل به دلیل توانمندی‌های آن در اجرایی کردن رویکرد نوآوری اجتماعی است.

در این مدل مورای و همکاران فرایندهای شش مرحله‌ای حلقوی پژوهش نوآوری اجتماعی را ارائه داده‌اند. بر این اساس نوآوری با تشخیص یک مشکل که باید حل شود، آغاز می‌شود. پس



از تشخیص، طرح‌ها و ایده‌هایی که ممکن است شامل طیفی گسترده از منابع و تجارب باشد، بررسی و توسعه می‌یابند. در ادامه، نمونه‌های اولیه یا پروژه‌های آزمون برای آزمایش ایده‌های جدید توسعه می‌یابند. در این مرحله، آزمون ایده‌ها برای یافتن راه‌حلی که مطابق نیازهای شناسایی شده باشد، ادامه می‌یابد. اجرای این ایده در شیوه‌های روزمره و جاری پایدار در مرحله چهارم صورت می‌گیرد. این مرحله برای اطمینان از طول عمر نوآوری لازم است. انتشار و اجرا در مقیاس وسیع، مرحله پنجمی است که طی آن راهبردها برای به‌دست آوردن تصدیق راه‌حل‌های نوآورانه در تنظیمات دیگر تدبیر شده است. مرحله آخر، هدف نهایی نوآوری‌های اجتماعی یعنی تغییرات سیستماتیک است. هدف از نوآوری اجتماعی دگرگونی روابط، توازن قدرت و ایجاد رویکرد کاملاً جدید به یک مسئله اجتماعی است. مرحله نهایی همچنین می‌تواند در یک مقیاس گسترده تبیین شود (مبینی و کشتکار، ۱۳۹۵: ۱۱۲).

بنابراین در این مدل، نوآوری اجتماعی در قالب این شش مرحله انجام می‌شود: تشخیص و شناسایی مشکل؛ بررسی تجارب جهانی (اقدامات درخشان)^۱ و ایده‌های نوآورانه؛ توسعه نمونه‌های اولیه؛ اجرای محدود؛ اجرای گسترده و در نهایت ایجاد تغییرات سیستماتیک. همان‌گونه که آشکارا و به‌سرعت مشاهده می‌شود، حُسن این الگو در آن است که هم به ظرفیت‌های داخلی توجه دارد و هم با بهره‌گیری از تجارب سایر کشورها و اقدامات درخشانی که جوامع دیگر در رفع مشکل مد نظر انجام داده‌اند، درواقع از ظرفیت‌های خرد جمعی بشری نیز بهره می‌برد. در ادامه با بررسی هر یک از این مراحل کوشش خواهد شد تا چگونگی کاربست این مدل از رویکرد نوآوری اجتماعی در تحقق راهبرد اقتصاد مقاومتی بررسی شود. برای آنکه بین این مدل از نوآوری اجتماعی و سیاست‌گذاری عمومی تطبیق کاملی انجام شود، در اینجا تلاش می‌شود بین مدل مورای و همکاران با روش «انطباق تکرارشونده مسئله‌محور (پدیا)»^۲ همگرایی ایجاد شود (اندروز و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۷؛ خیرخواهان، ۱۳۹۷: ۵). این روش مبتنی بر چهار اصل است: راهکارهای محلی برای مسائل محلی (گذار از

۱. Best Practice

۲. Problem-Driven Iterative Adaptation (PDIA)



ترویج راهکارهای از پیش تعیین شده، به ایجاد شرایطی که عوامل محلی و بومی شروع به تعیین، تشریح و اولویت بندی مسائل ملموسی کنند که قرار است حل شوند؛ فشار برای انحراف مثبت^۱ مسئله محور (ایجاد و حمایت از محیط هایی در درون و بین سازمان ها که امتحان کردن و سنجیدن و انحراف مثبت (گشایش فضا برای نوآوری) را تشویق می کنند؛ تلاش، یادگیری، تکرار، انطباق (ترویج یادگیری از اقدامات پیشین با بازخوردهای شواهد محور به درون تصمیم های مدیریتی که اجازه انطباق و سازگاری را بدون فوت وقت می دهد)؛ ارتقای راهکار با بسط و انتشار آن (حضور فعال پیشتازان و رهبران اصلاحات در همه بخش ها و سازمان های مرتبط که به ما اطمینان می دهند اصلاحات امکان پذیر و شدنی، مشروع و مطلوب و مرتبط و متناسب است) (اندروز و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۲). از همین رو می توان گفت مدل پیشنهادی این تحقیق با توجه به اینکه دولت را نیز در نوآوری اجتماعی دخیل می کند، کمی متفاوت از مدل های رایج است و به نوبه خود دارای نوآوری است (که می توان آن را مدل «نوآ- پدیا» نامید). این مدل طراحی شده دارای چهار مرحله است که در ادامه توضیح داده خواهد شد.

ب) مدل نوآ- پدیا

- مسئله شناسی

تشخیص و شناسایی مشکل را می توان مسئله شناسی این رویکرد نامید. بدیهی است برای کاربست این مدل از نوآوری اجتماعی- پدیا ابتدا باید به شناخت و شناسایی مشکل پرداخت، ولی اینکه چه مشکلی و در چه سطحی مورد توجه قرار بگیرد، خود می تواند بخشی از ابعاد مسئله شناسی باشد. مسئله شناسی از جهاتی فقط شناخت صرف مسائل نیست تا آنها را فهرست وار گزارش کنند، بلکه باید در وهله نخست شناسایی و سپس الهم فالاهم شوند و آنها که اهمیتی حیاتی دارند در اولویت قرار بگیرند. در ادامه باید ابعاد مختلف مسئله تبیین و با واکافی موضوع ماهیت و پیچیدگی آن برای سیاست گذار مشخص شود تا بتواند با علم و آگاهی دقیق با آن مسئله روبه رو شود.

برای مسئله‌شناسی در حوزه نوآوری اجتماعی در راستای اقتصاد مقاومتی شاید بهتر باشد که از ابرچالش‌های اقتصادی و اجتماعی ایران (یا «آبر مسئله»^۱) آغاز کرد. در این راستا بهتر است چالش‌هایی برگزیده شوند که در ایجاد و به تبع آن، در حل و فصلش، ظرفیت اجتماع بیشترین نقش را دارد. این مسائل زاینده جامعه‌اند و جامعه خود نیز بهتر از هر سازمان و نهادی می‌تواند آن را مدیریت و برطرف کند.

به نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین حوزه‌های تولید مسئله در ایران که هم جامعه در آن دخیل و هم جامعه بهتر از هر نهاد و وزارتخانه‌ای می‌تواند آن را تدبیر کند، مسئله «مصرف» است. همه آمارهای رسمی و غیررسمی نشان می‌دهد که متأسفانه جامعه ایران در بیشتر موارد یک جامعه پرمصرف بوده و هست (عزتی و قربانزاده، ۱۳۹۵: ۲۴). این الگوی پرمصرفی و اسرافکارانه جامعه ایران نکته‌ای است که مورد توجه سیاست‌گذار نیز بوده است؛ زیرا بند هشتم سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی نیز به این نکته اشاره کرده است که الگوی مصرف در ایران باید مطابق استانداردهای جهانی شود: «مدیریت مصرف با تأکید بر اجرای سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف و ترویج مصرف کالاهای داخلی همراه با برنامه‌ریزی برای ارتقای کیفیت و رقابت‌پذیری در تولید».

بنابراین یکی از بهترین مسئله‌شناسی‌هایی که می‌تواند در دستورکار قرار بگیرد و آغازی برای طراحی یک چرخه نوآوری-پدیی باشد، الگوهای مصرف و تبعات آن است. برای مثال، پرمصرفی در آب شرب، تولید زباله، دورریز غذا و مواردی مانند اینها که همگی در ایجاد و راه‌حل با دخالت جامعه رخ می‌دهند. با این حال، با توجه به مدل تلفیقی «نوآ-پدیا»ی این تحقیق، مسئله‌شناسی در اینجا باید متفاوت باشد. شناخت مسئله و مفهوم‌سازی باید به شیوه‌ای باشد که به سمت راه‌حل‌های از قبل موجود و قبلاً درک‌شده، سوگیری پیدا نکند. مسئله را باید چنان ریز و تجزیه کرد تا به علل ریشه‌ای آن دست یافت که از ابزارهایی مانند «تکنیک پنج چرا» استفاده می‌شود؛ یعنی از جمع صاحب‌نظران محلی پرسش کنیم چرا این مسئله مهم است؟ (تا زمانی که دست‌کم پنج پاسخ متفاوت دریافت کنیم.) برای چه کسانی مهم است؟ چه کسانی باید توجه بیشتری به این مسئله کنند؟ چگونه آنها را مجبور به توجه بیشتر کنیم؟ (خیرخواهان، ۱۳۹۷: ۶)

- تجارب جهانی

مثل مشهوری هست با این مضمون که «چرخ را دوباره اختراع نکنید!»^۱؛ به این معنا که شخصی با تلاش بسیار به دنبال کشف و آزمودن و ابداع و اختراع راه و ایده و چیزی می‌رود که پیش از او انجام شده و نتایج تثبیت شده نیز داشته است. در این موارد تلاش آن شخص اگر هم قرین موفقیت شود، در بهترین حالت، تحصیل حاصل است و بهره‌ای ندارد. این ضرب‌المثل در علم سیاست‌گذاری عمومی در مفهوم «اقدامات درخشان» و ایده‌های نوآورانه بازتاب پیدا کرده است. باید از تجارب جهانی و تجربیات خرد جمعی بشری استفاده کرد؛ اما البته نباید درگیر «تقلید ظاهری»^۲ شد. هر قدر استفاده از تجارب جهانی مهم است، به همان اندازه هم گریز از تقلید ظاهری اهمیت دارد. برای رفع این تناقض (استفاده از تجارب دیگران و هم‌زمان گریز از تقلید) شاید بهترین راهکار توسل به روش پیشنهادی این تحقیق باشد؛ یعنی ادغام نوآوری اجتماعی و روش پدیا؛ زیرا در رویکرد انطباق تکرارپذیر و مسئله‌محور به «کارشناسان» بیشتری نیاز نداریم که راهکارهای درجه یک و «بهترین رویه» را به نام کارایی و اقتباس از معیارهای جهانی بقبولانند بلکه در عوض به سازمان‌هایی نیاز داریم که در واکنش به مسائلی که در سطح محلی تعیین و اولویت‌بندی شده‌اند، شروع به تولید، آزمون و پالایش راهکارهای مختص با موقعیت یا زمینه خاص^۳ کنند. در چنین رویکردی به سامانه‌هایی نیاز داریم که شکست خوردن را به عنوان هزینه ضروری برای رسیدن به موفقیت تحمل (و حتی تشویق) می‌کنند (اندروز و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۰).

بنابراین اصلاً نکته این نیست که بهترین اقدامات انجام‌شده و تجارب جهانی، به اسم اینکه دیگران چنین کردند، اخذ و مقلدانه به کار گرفته شود، بلکه استفاده از تجارب جهانی باید حتماً با توجه به ظرفیت‌های اجتماعی و زیرساخت‌های موجود بومی‌سازی و در چرخه‌ای رفت و برگشتی بازبینی و اصلاح و جرح و تعدیل شود. قصد نه تقلید صرف بلکه تولید الگو و مدلی برای سیاست‌گذاری است که بتواند مشکل مد نظر را حل و فصل کند.

۱. Reinventing the Wheel

۲. Isomorphic Mimicry

۳. Context-specific Solutions

توسعه نمونه‌های اولیه و اجرای محدود و گسترده

بعد از تشخیص و شناسایی مسئله و روند مسئله‌یابی که ناظر بر تأمل و تعمق و بررسی ابعاد و اضلاع مختلف مسئله بوده است و سپس بررسی و شناسایی تجارب جهانی و الگوهای برتر خردجمعی بشری و الهام‌گیری از آنها، برای آنکه به تطبیقی با بستر اجتماعی مسئله دست پیدا کنیم، باید به‌واسطه ایجاد یک نمونه اولیه، این کار انجام شود. در علم بازاریابی به این مرحله «نمونه اولیه»^۱ می‌گویند که طی آن نوآور می‌کوشد ایده ذهنی را در جهان واقعیت پیاده‌سازی و امکان‌سنجی آن را از جهت عملیاتی بودن بررسی کند. فرضاً نوآور برای حل مسائل سالمندی، یک ایده ذهنی در مورد تردد آنها با پله برقی دارد. حال باید این ایده را در جهان واقعیت امکان‌سنجی کند که اساساً امکان عملیاتی ایجاد پله برقی در همه مکان‌ها وجود دارد یا نه.

بعد از ساخت نمونه اولیه و بررسی ابعاد و ارکان مختلف آن و طی کردن فرایند اشکال‌زدایی،^۲ نوبت اجرای آن در بستر اجتماعی می‌رسد. در علوم بازاریابی به این مرحله «کمینه محصول قابل ارائه»^۳ می‌گویند. این مرحله تابعی از سه گام «بیاموز، بساز، بسنج» است (سعدآبادی و مرادپادی، ۱۳۹۹: ۲۲۴). فرق مرحله نمونه اولیه با کمینه در تفاوت فناوری و بازار است. در مرحله نمونه اولیه امکان‌سنجی تکنولوژیک آن بررسی می‌شود، ولی در مرحله کمینه امکان‌سنجی بازار، مثلاً نوآور یک ایده ذهنی دارد در مورد ساخت ماشینی که با آب کار می‌کند. در نمونه اولیه می‌کوشد آن را بسازد و این نکته را بررسی می‌کند که آیا اساساً امکان تکنولوژیک آن هست یا خیر. حال اگر بتواند آن را بسازد، در مرحله کمینه آن را به یک بازار ارائه می‌کند تا این نکته را بسنجد که اساساً جامعه هدف از این محصول استقبال می‌کند یا خیر. ممکن است نوآور توانسته باشد ماشین آب‌سوز بسازد که بی‌نیاز از سوخت فسیلی باشد، ولی جامعه هدف استقبالی نکند (مثلاً به این دلیل که سرعت خوبی ندارد)؛ بنابراین آنچه درنهایت می‌تواند مسیر را تعیین کند، همین مرحله کمینه است؛ زیرا اگر بازار یا جامعه شما از طرح پیشنهادی استقبال نکند، حتماً شکست خواهد خورد. (برای مثال استارت‌آپ «بی‌دود (اجاره دوچرخه)»

۱. Prototype

۲. Debugging

۳. Minimum Viable Product

با سرمایه‌گذاری ۱۴۰ میلیارد تومانی و همکاری شهرداری در تهران شکست خورد گرچه در هلند موفق بود؛ زیرا توپوگرافی جغرافیایی تهران که شهر تپه‌ای است امکان گسترش دوچرخه‌سواری به‌عنوان وسیله حمل‌ونقل را نمی‌دهد، ولی در شهرهای کویری که مسطح هستند، مثل اصفهان، کاشان و یزد، دوچرخه‌سواری خودبه‌خود همچون وسیله تردد عمومیت پیدا کرده است.)

بعد از ساخت نمونه اولیه و طی کردن مرحله کمینه و در صورت استقبال بازار، دو مرحله دیگر برای تکمیل این چرخه باید طی شود: اجرای محدود (یا پایلوت) و گسترده. در اجرای محدود طرح نوآورانه یا الگوی سیاست‌گذارانه در یک چارچوب محدود، از نظر زمان و مکان و جمعیت، پیداسازی می‌شود. برای مثال، اگر طرحی در مورد بازیافت زباله داشته باشید، بهتر این است که ابتدا در یک محله بسیار کوچک از یکی از کلان‌شهرها اجرایی شود.

در مرحله بعد فاز توسعه فرامی‌رسد. الگویی که مراحل نمونه اولیه، کمینه و اجرای محدود را طی کرده، حال باید به اجرای وسیع یا توسعه^۱ پروژه برسد. در این مرحله، الگوی پیشنهادی به‌طور وسیع، حتی در ابعاد ملی قابلیت اجرا و پیاده‌سازی را پیدا می‌کند، زیرا توانسته است پارامترهای لازم در مراحل آزمایشی و محدود را پاس کند.

- ایجاد تغییرات سیستماتیک

مهم‌ترین هدف در نوآوری اجتماعی و رویکردهای سیاست‌گذارانه ایجاد «تغییر» است. تغییر باید از وضعیت موجود نامطلوب به سمت وضعیت مطلوب ناموجود باشد. این مهم از طریق ایجاد تغییر ایجاد می‌شود، ولی این تغییر باید سیستماتیک باشد تا امکان بازگشت به وضعیت نامطلوب گذشته از بین برود. با ایجاد تغییرات سیستماتیک در واقع جامعه ریل‌گذاری می‌شود تا به سمت رفتار مطلوب جهت بگیرد. برای مثال، ممکن است در یک باجه توزیع بلیت، مردم به جای آنکه مرتب صف ببنند، تمایل داشته باشند با برهم زدن نظم، تلاش کنند زودتر بلیت بگیرند. تغییر سیستماتیک در اینجا چیزی نیست جز نرده‌کشی تا مردم مجبور شوند در صف بایستند. ایجاد تغییرات سیستماتیک می‌تواند سخت‌افزاری، نرم‌افزاری و ترکیبی باشد. برای نمونه، در همین مثال صف بلیت، تغییر سخت‌افزاری

۱. Scale up

نصب نرده است. تغییر نرم‌افزاری ایجاد آگاهی از حقوق شهروندی و ترویج اخلاق رعایت حقوق دیگران است و در نهایت، تغییر ترکیبی هم نصب نرده را شامل می‌شود و هم آموزش‌های شهروندی. در هر مدلی از نوآ-پدیا، باید در نظر داشت که اول هدف نهایی ایجاد تغییرات سیستماتیک است؛ زیرا صرفاً با چنین تغییری می‌توان امیدوار بود مشکل به صورت ریشه‌ای حل شده است. دوم، بدون ایجاد تغییرات ترکیبی نمی‌توان انتظار نهادینه شدن رفتار را داشت. همان‌گونه که متفکرینی مثل فروید نشان داده‌اند تمدن در تضاد با غرایز آدمی است و یکی از این غرایز هم تمایل انسان به محدود نشدن و نظم‌گریزی است؛ در حالی که اساساً سیاست‌گذاری به دنبال تحمیل نظم بر جامعه است. مادامی که تغییرات سیستماتیک رخ ندهد و رفتار در اعضای جامعه نهادینه نشود، خطر شکست طرح و بازگشت به وضعیت پیشین وجود دارد. (در حالی که نسل قدیمی‌تر، متولدین قبل از دههٔ هفتاد، به‌سختی راضی به بستن کمربند ایمنی می‌شوند و این کار را صرفاً از ترس جریمه انجام می‌دهند، ولی نسل جدیدتر با اقبال بیشتری از این هنجار تبعیت می‌کند زیرا این رفتار برای آنها نهادینه شده است.)

۴. یافته‌های پژوهش

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد با ایجاد یک چرخه نوآوری (برگرفته از مدل مورای و همکاران) در شش مرحلهٔ تشخیص و شناسایی مشکل؛ بررسی تجارب جهانی (اقدامات درخشان) و ایده‌های نوآورانه؛ توسعه نمونه‌های اولیه؛ اجرای محدود؛ اجرای گسترده و در نهایت ایجاد تغییرات سیستماتیک، می‌توان راهکار نوآوری اجتماعی را در ایران پیاده‌سازی کرد و با اتکای بر ظرفیت جامعه راهبرد اقتصاد مقاومتی را متحقق کرد که در اینجا با ادغام این چرخه و روش انطباق‌پذیر مسئله‌محور یک الگوی پیشنهادی به نام «نوآ-پدیا» طراحی و ارائه شد.

از همین رو، به‌عنوان یک توصیه سیاستی^۱ ناشی از یافته‌های این تحقیق می‌توان گفت سیاست‌گذاری توسعه در ایران باید ظرفیت‌های رویکرد نوآوری اجتماعی را بیش‌ازپیش جدی بگیرد و برای اجرایی کردن مدل‌های مختلف آن همه توان خود را به خدمت بگیرد.

۵. بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

جامعه ایران، مانند بیشتر جوامع، ویژگی‌های خاص خود را دارد تا حدی که آن را تک و منحصر به فرد کرده است؛ از همین رو، بعضاً نمی‌توان الگوهای عام و جهان‌شمول را در مورد آن به کار گرفت. یکی از مواردی که در همین راستا همیشه بین اهل نظر محل مناقشه بوده است الگوهای توسعه در ایران بوده که برخی بر الگوهای برون‌زا (تعامل و گاه وابستگی به اقتصاد بین‌الملل) و بعضی بر الگوهای درون‌زا (خودکفایی و استقلال از اقتصاد بین‌الملل) تأکید داشته‌اند.

با تشدید تحریم‌های ظالمانه علیه ایران، الگوهای توسعه درون‌زا دوباره در مرکز توجه قرار گرفتند و در همین حوزه اصطلاح «اقتصاد مقاومتی» ابتدا در ادبیات رهبری و سپس در فضاهای دانشگاهی ایران طرح شد. اما آنچه از همان ابتدا به چشم می‌آمد، ابهام‌ها و ابهام‌هایی بود که در این اصطلاح برای متخصصان وجود داشت و از همین رو هر یک به فراخور حال، تعریفی از آن ارائه می‌کردند. مثلاً برخی آن را مقاومت اقتصادی معنا کردند و کوشیدند بر این مبنا آن را تئوریزه کنند. در همین راستا، در این پژوهش اقتصاد مقاومتی به عنوان راهبردی برای مقابله با آسیب‌پذیری اقتصادی مزمن اقتصاد ایران که با تحریم‌ها تشدید شد تعریف شده است. این راهبرد با اتکا بر ظرفیت‌های داخلی و توانمندسازی آنها به دنبال توسعه درون‌زاست.

اما نکته مهم این بود که برخلاف مباحث تئوریک که از مفاهیم و رویکردها در سطح کلی و انتزاعی سخن می‌گوید، وقتی سیاست‌گذار اراده می‌کند تا این راهبرد اقتصاد مقاومتی را عملیاتی کند، از چه رویکرد یا رویکردهایی می‌تواند بهره بگیرد. با علم به اینکه نمی‌توان رویکردها را حصر کرد، در این پژوهش از رویکرد نوآوری اجتماعی به عنوان یک مدل پیشنهادی بهره گرفته شد.

برای کاربری رویکرد نوآوری اجتماعی در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی نیاز به آن است که خود این رویکرد در قالب یک مدل عملیاتی تعریف و تدقیق شود. به همین منظور در این تحقیق از مدل شش مرحله‌ای مورای و همکاران برای کاربری چرخه نوآوری اجتماعی بهره گرفته شد. دلیل گزینش این مدل تمرکز هم‌زمان آن، هم بر ظرفیت‌های داخلی و هم بر تجارب بین‌المللی و اقدامات درخشان است.

۶. منابع

۱-۶. منابع فارسی

- آقانسیری، مریم (۱۳۹۰)، «نقش سرمایه اجتماعی در ارتقای بهره‌وری نیروی کار»، مجلس و پژوهش، ۱۷(۶۳)، ۱۱۱-۱۳۸.
- اشمیت، جولیا (۱۳۹۴)، نقش نوآوری اجتماعی در موفقیت کسب‌وکار؛ ارزش مشترک در صنعت، ترجمه علی اصغر سعدآبادی و آرمین گلچین و حسین مقدسیان، تهران: انتشارات انستیتو ایزایران.
- اندروز، مت و همکاران (۱۳۹۷)، قابلیت‌سازی: رویکردی جدید به حل مسائل توسعه، ترجمه جعفر خیرخواهان، تهران: انتشارات مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- اندروز، مت، لنت پریچت و مایکل وولکاک (۱۳۹۸)، توانمندسازی حکومت: شواهد، تحلیل، عمل، ترجمه جعفر خیرخواهان و مسعود درودی، تهران: نشر روزنه.
- باقری علی و سید مصطفی موسوی (۱۳۹۷)، «مفهوم‌شناسی اقتصاد مقاومتی و تبیین نقش و جایگاه آن در دوران پساتحریم»، فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، ۶(۲۴)، ۱۱۱-۱۴۷.
- پیغامی، عادل و همکاران (۱۳۹۴)، جستارهایی در اقتصاد مقاومتی: تحریم‌های اقتصادی ایران؛ مبانی، ابعاد و راهکارها، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- پیغامی، عادل، علی اصغر سعدآبادی و آرین عظیمی (۱۳۹۶)، پایش اقتصاد مقاومتی، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- حاجی یوسفی، امیرمحمد (۱۳۷۷)، «دولت و توسعه اقتصادی در ایران»، فصلنامه مطالعات راهبردی، ۱(۱)، ۱۷۹-۲۰۶.
- حسین‌پور داوود و حمیدرضا محمدی‌سیاهبومی (۱۳۹۵)، «سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی برای برون‌رفت از بحران»، فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، ۴(۱۶)، ۱۵۰-۱۲۱.
- خیرخواهان، جعفر (۱۳۹۷)، انطباق تکرارشونده مسئله‌محور؟ چه می‌گویید؟، انتشار آنلاین، سایت انگاره.
- سعدآبادی، علی اصغر و محمدرضا مرادی‌طادی (۱۳۹۹)، کارساز: خودآموز راه‌اندازی کسب‌وکار، تهران: نشر سیاست‌گذار.

- سعدآبادی، علی اصغر، علی اصغر پورعزت، محمدامین قانع راد، نیما مختارزاده و مهدی الیاسی (۱۳۹۵)، «چرخه حیات نوآوری‌های اجتماعی»، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، ۴(۳)، ۶۹-۹۵.
- سلیمانی محمد و وحید نکویی (۱۳۹۹)، «بررسی تجربیات کشورهای مختلف در مقاومت‌سازی اقتصاد، دلالت‌هایی برای دستیابی به الگوی عملیاتی اقتصاد مقاومتی در ایران»، فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، ۸(۳۰)، ۱۴۱-۱۰۷.
- سینلو، سجاد (۱۳۹۳)، «مفهوم‌شناسی اقتصاد مقاومتی»، معرفت اقتصاد اسلامی، سال ۵ (۲) (پیاپی ۱۰)، ۱۴۷-۱۱۱.
- عزتی، مرتضی و شیوا قربان‌زاده (۱۳۹۵)، «برآورد اثر سرمایه دینی روی مصرف کالاها و خدمات ضروری و تجملی در جامعه شهری ایران»، فصلنامه اقتصاد اسلامی، ۱۶(۶۱)، ۳۲-۵.
- کشتکار، مهران (۱۳۹۷)، «شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های نوآوری اجتماعی در ایران»، مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، ۱(۱)، ۱-۲۴.
- گلد اسمیت، استفان (۱۳۹۵)، قدرت نوآوری اجتماعی (کارآفرینان مدنی چگونه شبکه‌های درون اجتماع را برای دستیابی به منفعت برمی‌انگیزانند)، ترجمه علی‌اصغر سعدآبادی و حسین افتخاری، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- مبینی دهکردی، علی و مهران کشتکار هرانکی (۱۳۹۵)، «فرا ترکیب مدل‌های نوآوری اجتماعی»، برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۷(۲۶)، ۱۳۸-۱۰۱.
- محنت‌فر، یوسف، اسما رحیمی باطاق و عالیہ بخشیان (۱۳۹۴)، «کارآفرینی، نوآوری و اقتصاد مقاومتی»، تهران: همایش ملی اقتصاد مقاومتی: چالش‌ها، واقعیت‌ها، راهکارها.
- مک کروا، توماس (۱۳۹۸)، آموزگار نوآوری: شومپیتر و تخریب خلاقانه، ترجمه ابراهیم سوزنچی، محمدرضا عطارپور، محسن خوش سیرت، علی فاطمی و کیارش فروتاش، تهران: انتشارات دنیای اقتصاد
- لیمکو، جان‌اتان (۱۳۶۷)، «شناخت پیچیدگی‌های توسعه سیاسی و اقتصادی در جهان سوم»، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، ۲۳(۲)، ۴-۸.
- مولر، جری (۱۳۹۹)، ذهن و بازار (جایگاه سرمایه‌داری در تفکر اروپای مدرن)، ترجمه مهدی نصراله زاده، تهران: نشر بیدگل.
- نیلی، مسعود؛ حسن درگاهی، فرهاد نیلی و محمد کردبیج (۱۳۹۳)، دولت و رشد اقتصادی در ایران، تهران: انتشارات نی.
- هرورانی حسین و موسی خوشکلام خسروشاهی (۱۳۹۵)، «اقتصاد مقاومتی و راهبرد جمهوری اسلامی ایران جهت مقابله با رویکردهای خصمانه آمریکا و عربستان سعودی در بازار نفت»، فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، ۴(۱۵)، ۷۰-۴۳.