



Type of Article: Research

Identifying and prioritizing strategic issues of the country in the field of startup science and technology (startup)

Amir Hossein Ali¹

Received: 2024/09/02

PP: 151-176

Accepted: 2024/11/19

Abstract

Providing a comprehensive picture of the state of start-ups in a country can greatly contribute to optimal planning in this field. So far, no comprehensive research has been done in this field, therefore, in this research, using the qualitative research method and based on the opinions of experts in the fields of technology and innovation, technological governance, start-up technology, and economics, the issue has been investigated. In this regard, the position of start-up science and technology in the upstream documents, including the orders of the Supreme Leader, the principles of the constitution, general policies and the document of the Iranian Islamic basic model, etc., was examined and explained. The purpose of this research is to identify and prioritize strategic issues and actual and potential capacities. In this regard, by using the qualitative method (theme analysis) and using interviews with 12 experts and library study, codes (29 numbers) were identified. Strategic issues include: platform building, agility, interaction, institutionalization, human power, innovation, application, policy, infrastructure, coordination, trust building, education, accessibility, exclusivity, law-oriented, security-oriented, technology-oriented, patronage and financing. Then the actual and potential capacities in this field were identified and finally, by using the quantitative research method (Friedman's test), strategic issues were ranked in the order of innovation, agility, application, and infrastructure in terms of importance in the field of business. Politicization, interactionism, platform building, power building and institutionalization are ranked from 1 to 9.

KeyWords: Startup, technology, technological governance, innovation.

Reference: ali, A. (2025). Identifying and prioritizing strategic issues of the country in the field of startup science and technology(startup). Strategic management attitude, 2(4), 151-176.

¹ Master of Business.amirhossein.ali.1992@gmail.com



نوع مقاله: پژوهشی

شناسایی و اولویت‌بندی مسائل راهبردی کشور در حوزه علم و فناوری کسب‌وکار (استارت‌آپی)

امیرحسین علی^۱

پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۲۹

صص: ۱۵۱-۱۷۶

دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۱۲

چکیده

ارائه تصویری جامع از وضعیت استارت‌آپ‌ها در یک کشور، می‌تواند به برنامه‌ریزی مطلوب در این حوزه، کمکی بسزا کند. تاکنون تحقیق جامعی در این حوزه انجام نشده است. بنابراین در این پژوهش، با استفاده از روش تحقیق کیفی و بر اساس نظرات خبرگان حوزه‌های فناوری و نوآوری، حکمرانی فناورانه، فناوری استارت‌آپ‌ها و اقتصاد، به بررسی موضوع پرداخته شده است. در این راستا جایگاه علم و فناوری استارت‌آپی در اسناد بالادستی شامل فرمایشات مقام معظم رهبری، اصول قانون اساسی، سیاست‌های کلی و سند الگوی پایه اسلامی- ایرانی و ... مورد بررسی قرار گرفته و تبیین شد. هدف این پژوهش، شناسایی مسائل راهبردی است. در این راستا با استفاده از روش کیفی (تحلیل مضمون) و بهره‌گیری از مصاحبه با ۱۰ تن از خبرگان و مطالعه کتابخانه‌ای، به شناسایی شناسه‌ها (۲۹۵ عدد) پرداخته شد و سپس نقاط ضعف، قوت، تهدیدها و فرصت‌ها و مسائل راهبردی استخراج شد. مسائل راهبردی، پس از انجام شناسه‌گذاری محوری احصا شدند که عبارت‌اند از: بسترسازی، چاپک‌سازی، تعامل‌گرایی، نهادینه‌سازی، نیروی انسانی، نوآوری، کاربردسازی، سیاست‌گذاری، زیرساخت‌سازی، هماهنگ‌سازی، اعتمادسازی، آموزش، دسترس‌پذیری، انحصارگرایی، قانون‌محوری، امنیت‌محوری، فناوری‌محوری، حمایت‌گری و تأمین مالی. سپس ظرفیت‌های بالفعل و بالقوه در این زمینه شناسایی شده و در نهایت با استفاده از روش تحقیق کمی (آزمون فریدمن) به رتبه‌بندی مسائل راهبردی پرداخته شده و اهم مسائل حوزه علم و فناوری در زمینه اقتصاد و کسب‌وکار و استارت‌آپ‌ها معرفی شدند. تهدیدات ناشی از تحریم‌های بین‌المللی و ضعف در برنامه‌ریزی مالی و ضعف اقتصادی با توجه به تورم حاکم، از مسائل مورد تأکید در تحلیل کیفی بودند. یافته‌های تحلیل کمی نیز نشان داد که در حوزه کسب‌وکارها از منظر اهمیت به‌ترتیب نوآوری، چاپک‌سازی، کاربردسازی، زیرساخت‌سازی، سیاست‌گذاری، تعامل‌گرایی، بسترسازی، نیروسازی و نهادینه‌سازی در رتبه‌های ۱ تا ۹ قرار می‌گیرند.

کلیدواژه‌ها: استارت‌آپ، فناوری، حکمرانی فناورانه، نوآوری.

استناددهی (APA): علی، امیرحسین (۱۴۰۳). شناسایی و اولویت‌بندی مسائل راهبردی کشور در حوزه علم و فناوری کسب و کار (استارت‌آپی). فصلنامه نگرش مدیریت راهبردی، ۲(۴)، ۱۷۶-۱۵۱.



مقدمه

امروزه اقتصاد دیجیتال، جایگزین اقتصاد اطلاعات در دهه ۱۹۷۰، اقتصاد دانش و اقتصاد الکترونیکی در دهه ۱۹۸۰، اقتصاد نوین در دهه ۱۹۹۰ و اقتصاد شبکه و اقتصاد اینترنت در دهه اول هزاره سوم شده است. مفهوم سازی اقتصاد دیجیتال برای توسعه کاربردهای دیجیتالی و تبیین راهبردها و سیاست‌ها در این زمینه، تعیین‌کننده است؛ به‌ویژه اینکه اقتصاد دیجیتال در سیاست‌گذاری، مفهوم به نسبت جدیدی است. برای اقتصاد دیجیتال می‌توان تعریف محدود و تعریف گسترده ارائه کرد. در تعریف محدودی از اقتصاد دیجیتال، اقتصاد دیجیتال به عنوان استفاده از فناوری اطلاعات برای مجموعه‌ای از فرایندهای اصلی خودش نظیر برنامه‌ریزی، مدیریت و بازاریابی تعریف می‌شود. تعریف دیگر که به تعریف گسترده معروف است، به این شرح است: اقتصاد دیجیتالی، کاربرد فراگیر فناوری اطلاعات (نرم‌افزار، سخت‌افزار، کاربردها و ارتباطات) در تمامی ابعاد اقتصادی شامل کارکرد درونی سازمان‌ها، کسب‌وکار، دولت و بخش عام‌المنفعه، مبادلات میان سازمان‌ها و مبادلات میان افراد است که به‌عنوان شهروند، مصرف‌کننده و سازمان‌ها، ایفای نقش می‌کنند (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۹).

جهان همواره در حال مواجهه با پدیده‌های جدید و نوظهور است؛ پدیده‌هایی که می‌توانند آثار مثبت یا مخربی را روی اقتصاد داشته باشند. انتشار ویروس کرونا از نقاط عطف اقتصادی در قرن بیستم به‌شمار می‌رود. ویروسی که منجر به رکود اقتصادی در تمام نقاط جهان بود و در ادامه باعث رشد چشمگیر پدیده‌ای به نام اقتصاد دیجیتال شد. میزان تأثیرپذیری کسب‌وکارها با همه‌گیری کرونا کاملاً متفاوت است. این تأثیرپذیری با توجه به شرایط مختلف کشورها، اوضاع اقتصادی و تصمیمات دولتمردان آنها و البته نوع کسب‌وکار کاملاً متغیر است. افزون بر این باید چالش موجود در جوامع برای دیجیتالی شدن اقتصاد را هم با توجه به مؤلفه‌هایی مانند زیرساخت‌ها و فرهنگ جوامع در نظر گرفت. اقتصاد دیجیتال و دیجیتالی شدن بسیاری از مشاغل، پدیده نوظهوری نیست، بسیاری از کشورها سال‌ها پیش از این، بستر استفاده از خریدهای برخط (آنلاین)، هوش مصنوعی و شهروند الکترونیک را فراهم کرده بودند و زیرساخت‌های آن را تا حدی آماده کرده بودند؛ از این‌رو در شرایط همه‌گیری ویروس کرونا که استفاده از این بسترها بیشتر شد؛ دیجیتالی شدن اقتصاد با سرعت چشمگیری



در آن کشورها پیش رفت، از طرفی برخی کشورها که اقدامات کمتری در این زمینه انجام داده بودند، تلاش کردند که با سرعت بیشتری شرایط را برای خریدهای برخط (آنلاین) و ارائه خدمات اینترنتی فراهم کنند (بیات، ۱۴۰۰).

مقام معظم رهبری در جسات متعدد بر لزوم ترویج فناوری های نوین اقتصادی و همچنین اقتصاد دانش‌بنیان اشاره کرده‌اند و نامگذاری سال با استفاده از این کلیدواژه نیز خود مؤید این مهم است. ایشان در دیدار تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی و مسئولان دولت فعلی بیان کردند که؛ اگر شما ملاحظه می کنید که از تولیدات داخلی حمایت می شود- حالا چه حمایت عملی [مثل] این حمایت های تعرفه‌ای و تسهیلات بانکی و امثال اینها و چه حمایت های تبلیغاتی [مانند] تأکیدی که بنده کردم و بعضی مسئولین کردند روی مسئله حمایت از تولید داخلی که اثر هم دارد و داشته- این باید به ارتقای کیفیت و همچنین ارتقای فناوری منتهی بشود. مسئله فناوری هم بسیار مهم است، لکن حالا فعلاً من تکیه ام روی مسئله کیفیت است که باید به ارتقای کیفیت محصولات منجر بشود (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۴۰۰).

با توجه به مطالب گفته شده به این نتیجه می‌رسیم که عدم احصاء مسائل راهبردی و ظرفیت‌های بالفعل و بالقوه کشور در حوزه علم و فناوری، مسئله ما در این پژوهش و به‌طور کلی یکی از مسائل اصلی کشور می‌باشد، زیرا بخش علم و فناوری از ارکان اصلی رشد و توسعه کشور است.

با توجه به مطالب پیش گفته، اهمیت حوزه علم و فناوری برای رشد در حوزه های اقتصادی، فرهنگی، صنعتی و ... کاملاً مشخص می‌شود و با توجه به ظرفیت‌های موجود در کشور، این حوزه همواره مورد توجه می‌باشد. امروز ساختار علم و فناوری و صنعت کشور بیش از هر زمان دیگر نیازمند بازبینی دوباره و تعامل هر چه بیشتر است و دست اندرکاران صنعت باید این واقعیت را قبول کنند که کنار دانشگاه، توان جذب کامل فناوری را خواهند داشت. دانشگاه‌ها بیشتر وقت خود را صرف فعالیت های علمی و پژوهشی می‌کنند و صنایع هم مشغول به تولید محصول هستند و ارتباط دانشگاه با صنعت می‌تواند به توسعه پایدار در همه زمینه‌ها منجر شود؛ در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ کشور، بر توسعه دانش‌بنیان با رعایت مشخصاتی چون استفاده بهینه از علم، فناوری و



نوآوری و نیز تعامل سازنده بین تمام نهادهای موجود در حوزه های علوم پایه و علوم کاربردی و فناوری با جامعه خردورز و فضیلت‌مدار تأکید شده است.

هزاران شرکت دانش بنیان، هزاران طرح زیرساختی و ضروری برای کشور در حوزه های عمران و حمل و نقل و صنعت و نیرو و معدن و سلامت و کشاورزی و آب و غیره، میلیون ها تحصیل کرده دانشگاهی یا در حال تحصیل، هزاران واحد دانشگاهی در سراسر کشور، ده ها طرح بزرگ از قبیل چرخه سوخت هسته‌ای، سلول های بنیادی، فناوری نانو، زیست‌فناوری و غیره با رتبه‌های نخستین در کل جهان، شصت برابر شدن صادرات غیرنفتی، نزدیک به ده برابر شدن واحدهای صنعتی، ده‌ها برابر شدن صنایع از نظر کیفی، تبدیل صنعت مونتاژ به فناوری بومی، برجستگی محسوس در رشته های گوناگون مهندسی از جمله در صنایع دفاعی، درخشش در رشته های مهم و حساس پزشکی و جایگاه مرجعیت در آن و ده ها نمونه دیگر از پیشرفت، محصول آن روحیه و آن حضور و آن احساس جمعی است که انقلاب برای کشور به ارمغان آورد. ایران پیش از انقلاب، در تولید علم و فناوری صفر بود، در صنعت به جز مونتاژ و در علم به جز ترجمه هنری نداشت.

به‌طور کلی، با توجه به اینکه تصویر جامعی از مسائل موجود در حوزه علم و فناوری استارت‌آپی وجود ندارد، انجام تحقیقی که بتواند با وجود معرفی مسائل، به رتبه‌بندی آنها نیز بپردازد، از ضرورت دوچندانی برخوردار است.

پیشینه و مبانی نظری

تعاریف متعددی برای مفهوم استارت‌آپ‌ها بیان شده است. استیو پلک آن را نقشه‌راهی برای نوآوری در قرن ۲۱ دانسته و کمک به خلق انقلاب صنعتی بعدی معرفی می‌کند؛ اریک ریز در پرفروش‌ترین کتاب خود با عنوان لین استارت‌آپ ریز، استارت‌آپ را مجموعه‌ای از تکنیک می‌داند که به کارآفرینان در بالا بردن شانس ایجاد یک کسب‌وکار نوپای موفق کمک می‌کند. بلانک نیز شرکتی را نوپا می‌خواند که طراحی شده تا سریع رشد کند و از لحظه آغاز به سمت اوج حرکت کند. در واقع افرادی خوش‌فکر با ایده‌های نو در جست‌وجوی روش‌هایی برای کسب درآمد و تولید انبوه محصولات یا خدمات مبتنی بر آن ایده هستند (ندافی و احمدوند، ۱۳۹۶). استارت‌آپ‌ها انواع مختلفی دارند و تاکنون چارچوب مشخصی برای تقسیم‌بندی آنها ارائه نشده است. گاهی استارت‌آپ‌ها

براساس حوزه فعالیت آنان (استارت‌آپ‌های مالی و بانکی، فناوری اطلاعات، مد و فشن)، گاه براساس الگوی کسب‌وکار، گاه معماری آنها، گاه براساس دیدگاه سازمانی (یک نفره، گروهی و شرکتی) تقسیم‌بندی می‌شوند. طبیعتاً نحوه دسته‌بندی مناسب استارت‌آپ‌ها تابع هدف و انتظار افراد از استارت‌آپ‌ها می‌باشد (میرزازاده، کشتی‌دار و رحمان‌پور، ۱۴۰۰).

تکنولوژی^۱ که در فارسی «فناوری» نامیده می‌شود، یکی از پُرکاربردترین اصطلاحات یا واژه‌ها در جهان امروز است و هر روز به صورت‌های مختلف در سخنرانی‌ها، خبرها، همایش‌ها، روزنامه‌ها، کتاب‌ها و تمام منابع علمی، مهندسی، جامعه‌شناسی، برنامه‌ریزی، اقتصادی و غیره تکرار می‌شود. اینکه در سازمان‌ها، فناوری در چه وضعی قرار دارد، پرسشی است که پاسخ آن می‌تواند در شناخت بهتر سازمان و موقعیت آن در برابر سایر سازمان‌ها (رقبا) یاری‌رسان باشد، به‌طوری‌که در تدوین راهبردهای سازمان می‌توان از شناخت وضعیت استفاده از فناوری در امورات سازمانی بهره برد. به همین منظور، این گزارش بر آن است که چهارچوبی را برای سنجش سطح فناوری در سازمان‌ها ارائه دهد. گفتنی است سطح فناوری به توانایی استفاده اثربخش از دانش فناورانه و همچنین به گستره کسب آن، سرمایه‌گذاری در آن و خلق آن اشاره دارد. به بیان دیگر سطح فناوری به سطح فعلی کسب فناوری و دستیابی به آن با توجه به فعالیت فناوری در گذشته اشاره دارد. بنابراین، ارزیابی سطح فناوری به ارزیابی آماری گستره عملکرد، قابلیت و ظرفیت فناوری در یک برهه از زمان گفته می‌شود (ریو و بیون، ۲۰۱۱).

ارائه چهارچوبی برای سنجش سطح فناوری ابتدا بایستی فناوری و مفاهیم مرتبط با آن تعریف شود. سپس با بررسی ادبیات علمی، روش‌های مختلف سنجش سطح فناوری مطالعه شوند. با نقد و بررسی این روش‌ها می‌توان به طراحی چهارچوبی برای سنجش سطح فناوری پرداخت. در این راستا، در بخش بعدی ابتدا مقوله فناوری مورد بحث قرار می‌گیرد.

فناوری تقریباً در همه تلاش‌های کسب‌وکار یا اجتماعی مرکزیت دارد. با وجود این، هر حرفه‌ای تعاریف متفاوتی برای فناوری دارد. اندیشمندان هنوز به یک تعریف عمومی از فناوری دست نیافته‌اند، این خود نشان می‌دهد که دگردیسی این حرفه‌ها به حدی

¹ Technology

² Ryu & Byeon



سریع اتفاق می‌افتد که نمی‌توان آنها را شناسه‌گذاری کرد. یک فیزیک‌دان شاید فناوری را به‌عنوان مجموعه‌ای از ابزارآلات که در انجام آزمایشات علمی مورد استفاده قرار می‌گیرند، تعریف کند (اسمیت و شریف^۱، ۲۰۰۷). یک دانشمند علوم اجتماعی احتمالاً اشاره مبهمی به یک عامل تغییر که باعث پیشرفت جامعه می‌شود، داشته باشد. یک متخصص آی تی فناوری را به‌عنوان یک سخت‌افزار و نرم‌افزاری می‌بیند که به‌منظور خودکار کردن وظایف داخلی کسب‌وکارها مورد استفاده قرار می‌گیرد. به بیان یک مدیر کارخانه تولیدی، فناوری تمامی تجهیزاتی است که فعالیت‌های تولید را ممکن ساخته و ارتقا می‌دهد. یک اقتصاددان، فناوری را نیرویی می‌داند که به جامعه برای بهبود دادن بهره‌وری در مقیاس جهانی کمک می‌کند (اسمیت و شریف، ۲۰۰۷). در سال ۱۳۸۹، گروه مهندسی مواد و معدن فرهنگستان علوم، برای ارائه یک تعریف علمی و فراگیر از تکنولوژی (فناوری) و وجوه تمایز آن با دیگر اصطلاح‌ها نظیر فن «تکنیک»، دانش فنی و علم تلاش کرد. به دلیل وسعت کاربردی اصطلاح فناوری در زمان کنونی، تعاریف متفاوتی از سوی صاحب‌نظران رشته‌های مختلف علمی، مهندسی، اجتماعی، حقوقی، فلسفی و ... به عمل آمده است که با توجه به خاستگاه اندیشه‌ای آنان، در ضمن دارا بودن مشترکات، تضادها و تناقض‌هایی نیز دارد. این گروه پس از ارائه برخی از تعاریف کاربردهای اصطلاح «فناوری»، در یک فرایند تحلیلی و سگالشی با استخراج نکات مشترک از یک طرف و بررسی‌های چرایی ساخت و کاربرد اصطلاح فناوری در دوره زمانی ۲۰۰ ساله اخیر و با نگرشی که در دوران حاضر از فناوری انتظار می‌رود، تعریفی نسبتاً جامع از فناوری پیشنهاد داده است. در موضوع تمایزات فناوری از علم، بر این نکته تأکید شده است که هر چند شرط لازم برای توسعه فناوری، توسعه علم است، ولی کافی نیست و توسعه فناوری باید به صورت مستقل بررسی و برنامه‌ریزی شود. درنهایت این پژوهشگران اذعان نمودند که فناوری، مجموعه‌ای از توانایی‌های جمعی است که با وضعیت و امکانات موجود به شرایط بهتر و جدیدتر می‌انجامد (حجازی و غیره، فناوری و دانش فنی، ۱۳۸۹).

توسعه کسب‌وکار با امید تبدیل کسب‌وکارهای کوچک به مقیاس بزرگ انجام شد. مدیریت مؤثر راهبرد می‌تواند مزایای زیادی برای هر سازمان به همراه داشته باشد. به

¹ Smith & Sharif

لحاظ مفهومی، راهبردهای تدوین برای سازمان‌های بزرگ یا کوچک، انتفاعی یا غیرانتفاعی، باید بیشتر عینی باشد تا ذهنی. روشی که می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد، تحلیل نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت و تهدید (سوات-قوت، ضعف، فرصت و تهدید) بوده که اغلب در مقایسه با روش‌های دیگر در فرایند تصمیم‌گیری استفاده می‌شود. تحلیل سوات مبتنی بر این منطق است که راهبردهای مؤثر نقاط قوت و فرصت‌ها را به حداکثر رسانده، درحالی‌که نقاط ضعف و تهدیدات را به حداقل می‌رساند. داده‌های مورد استفاده در تحلیل سوات از مرحله جمع‌آوری داده با استفاده از تحلیل IFE (ارزیابی عامل داخلی) و EFE (ارزیابی عامل خارجی) به‌دست آمده است (واردانی و دی‌نی^۱، ۲۰۲۰).

کارآفرینان، نیروهای اصلی توسعه اقتصادی هستند که افزون‌بر ایجاد شغل و ثروت‌آفرینی، موجب نوآوری‌های فناورانه می‌شوند و بدون آنها، ایجاد تغییرات مهم در نظام‌های اقتصادی دشوار است. مطالعات پیشین، بلوغ کسب‌وکار و عوامل مؤثر بر آن را از مهم‌ترین حوزه‌های کارآفرینی به‌شمار آورده‌اند؛ بغدادی و همکاران در سال ۱۴۰۰ در پژوهشی به شناسایی عوامل مؤثر بر تغییرات الگوی کسب‌وکار یک استارت‌آپ بُن‌سازه‌ای (دیجیتال) و تکمیل‌شدن آن متناسب با بلوغ سازمانی پرداختند که در نتیجه استارت‌آپ‌ها توانستند محصولات باارزش ارائه کنند. در این پژوهش با بررسی ۵۵ الگوی کسب‌وکار، موفق‌ترین استارت‌آپ‌های دنیا و تشکیل گروه خبرگان، ارتباط معناداری میان عوامل مؤثر بر توسعه الگوی کسب‌وکار با مراحل الگوی بلوغ باترا حاصل شد. براساس یافته‌های تحقیق، ۳۳ عامل در مراحل مختلف توسعه کسب‌وکار، از مرحله تحلیل فرصت‌ها تا مدیریت عرضه محصول به بازار می‌بایست مدنظر قرار گیرند تا الگوی کسب‌وکار مناسبی در چهار بُعد شناسایی مشتری، تعیین ارزش قابل‌ارائه به مشتری، زنجیره مؤثر بر تحقق ارزش‌ها و سازوکار سود و کسب انتفاع، طراحی شود و بدین طریق با غلبه بر موانع ورود به بازار، احتمال موفقیت پایدار کسب‌وکار افزایش یابد (بغدادی، محمدی، الیاسی و رادفر، ۱۴۰۰).

در شرایط کنونی، استارت‌آپ‌های فناوری موفق، به موتور رشد اقتصاد اطلاعاتی و اقتصاد اینترنتی تبدیل شده‌اند و توسعه اخیر اکوسیستم‌های استارت‌آپ در سراسر جهان، نتایج

¹ Wardhani & Dini



چشمگیری در آینده اقتصاد جهانی خواهد داشت. از طرفی با توجه به رسیدن قله جمعیتی به سن اثربخشی و نیاز به اشتغال، کارآفرینی و ایجاد شغل، یکی از دغدغه‌های مهم جامعه به‌شمار می‌رود. برنامه‌های دولت برای اشتغال‌زایی و ارائه وام به مشاغل کوچک و کسب‌وکارهای خانگی و نیز فعالیت بخش خصوصی در راستای جذب و پرورش ایده‌های جدید و تبدیل آن به کسب و کارهای نوپا، اهمیت زیادی در توسعه اقتصادی کشور دارد. رویدادهایی همچون استارت‌آپ ویکند و ایجاد مراکز رشد و جهادهای دانشگاهی در دانشگاه‌های مختلف، این فرصت را برای کارآفرینان جوان ایجاد کرده تا ایده‌های خود را به مرحله اجرا برسانند. با وجود این فعالیت‌ها در حوزه کارآفرینی و حمایت از استارت‌آپ‌ها، ایران کماکان کشوری جوان در این زمینه به‌شمار می‌آید و هنوز برای ایجاد بسترهای مناسب، راه بسیاری را در پیش دارد (فارسیجانی و شهرکی‌مقدم، ۱۴۰۱).

کسب‌وکارهای نوپا، نقشی اساسی در اشتغال‌زایی و افزایش تولید دارند. این درحالی است که عوامل مختلفی در گسترش این کسب‌وکارها در سطوح خرد و کلان مؤثر هستند. ندافی و احمدوند در تحقیقی در سال ۱۳۹۶، به شناسایی و اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه کسب‌وکارهای نوپا یا همان استارت‌آپ‌ها پرداختند. پس از بررسی مبانی نظری، مصاحبه و ایجاد فضای گفتمان، ۵۰ گویه (کارت کیویی) استخراج و پالایش شد. نتایج حاصل از امتیازهای استانداردشده آرایه‌های عاملی نشان داد که دیدگاه شرکت‌کنندگان به دو الگوی متفاوت قابل تفکیک است. الگوی اول بر سرعت عمل، گروه کاری، ذات ایده و فرصت‌سنجی و الگوی دوم بر مشتری، رقبای، شریک سرمایه‌گذار و حمایت‌ها تأکید دارد. در الگوی اول، تمرکز بر پرورش خلاقیت و ایجاد زمینه‌های بروز نوآوری‌ها در افراد مستعد از طریق آموزش و ایجاد بسترهای فرهنگی در جامعه مورد اشاره است. در الگوی دوم نیز حمایت از ظرفیت‌های بالقوه، تأمین امنیت سرمایه‌گذاری و فرهنگ‌سازی کارگروهی در کسب‌وکارهای موردنظر، مورد تأکید است (ندافی و احمدوند، ۱۳۹۶).

از منظر بغدادی و همکاران (۱۴۰۰)، کارآفرینان نیروهای اصلی توسعه اقتصادی هستند که افزون بر ایجاد شغل و ثروت‌آفرینی، موجب نوآوری‌های فناورانه می‌شوند و بدون آنها، ایجاد تغییرات مهم در نظام‌های اقتصادی دشوار است. مطالعات پیشین، بلوغ کسب‌وکار



و عوامل مؤثر بر آن را از مهم‌ترین حوزه‌های کارآفرینی به‌شمار آورده‌اند؛ آنها به دنبال این هستند که با شناسایی عوامل مؤثر بر تغییرات الگوی کسب‌وکار یک استارت‌آپ بُن‌سازه‌ای (دیجیتال) و تکمیل شدن آن متناسب با بلوغ سازمانی، به استارت‌آپ‌ها برای ارائه محصولات با ارزش کمک کنند. با بررسی ۵۵ الگوی کسب‌وکار، موفق‌ترین استارت‌آپ‌های دنیا و تشکیل گروه خبرگان، ارتباط معناداری میان عوامل مؤثر بر توسعه الگوی کسب‌وکار با مراحل الگوی بلوغ باترا حاصل شد. سپس الگوی مفهومی به‌دست‌آمده با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی براساس داده‌های حاصل از فعالان کسب‌وکارهای استارت‌آپی کشور، بررسی شد. بر این اساس مشخص شد که ۳۳ عامل در مراحل مختلف توسعه کسب‌وکار، از مرحله تحلیل فرصت‌ها تا مدیریت عرضه محصول به بازار می‌بایست مدنظر قرار گیرند تا الگوی کسب‌وکار مناسبی در چهار بُعد شناسایی مشتری، تعیین ارزش قابل‌ارائه به مشتری، زنجیره مؤثر بر تحقق ارزش‌ها و سازوکار سود و کسب‌انتفاع طراحی شود و بدین طریق با غلبه بر موانع ورود به بازار، احتمال موفقیت پایدار کسب‌وکار افزایش یابد. این عوامل به شرح زیر هستند (بغدادیم، محمدی، الیاسی و رادفر، ۱۴۰۰).

از نظر میرزازاده و همکاران (۱۴۰۰)، استارت‌آپ‌ها در کاهش بحران بیکاری و رشد اقتصادی کشورها، نقشی اساسی دارند. دولت‌ها از اوایل قرن بیستم، به استارت‌آپ‌های دانشجویان دانشگاه روی آوردند. پژوهش‌ها و تجربیات میدانی، عدم شکوفایی استارت‌آپ‌های دانشجویی در دانشگاه‌های کشور را تبیین می‌کند. آنها در تحقیقی به شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رشد استارت‌آپ‌های دانشجویان علوم ورزشی کشور با استفاده از تکنیک تحلیل شبکه پرداختند که تعداد ۴۱ عامل شناسایی و در ۶ خوشه به‌عنوان عوامل مؤثر دسته‌بندی شدند. خبرگان خوشه‌ها را به‌ترتیب: عوامل فردی مؤسس، محیط آموزشی دانشکده، اقتصادی دانشگاهی، فناوری و ارتباطات، امکانات و تسهیلات و فرهنگی - اجتماعی اولویت‌بندی کردند. در رتبه‌بندی کلی زیرمعیارها، معیار هوش اجتماعی و هیجانی مؤسس استارت‌آپ، مهم‌ترین اولویت و افزایش طرفداری خانواده‌ها از ورزش با کمترین اهمیت، اولویت‌بندی شد. یافته‌های تحقیق پیشنهاد داد که شبکه‌ای با عنوان نیازمندی‌های صنعت ورزش و افراد جامعه، برای به‌کارگیری نتایج



تحقیقات دانشجویی و افزایش انگیزه و نوآوری توسط استارت‌آپ‌های دانشجویی راه‌اندازی شود (میرزازاده، کشتی‌دار و رحمان‌پور، ۱۴۰۰).

کریمی و همکاران (۱۴۰۰)، مسائل اساسی در توسعه اقتصاد دیجیتال حوزه ورزش را ارائه کرده است که شامل تحریم‌های اقتصادی‌ای است که باعث دشواری جابه‌جایی پول و واردات تجهیزات الکترونیکی و مخابراتی می‌شود و اینکه شرایط سرمایه‌گذاری خارجی در ایران فراهم نیست. از سوی دیگر مسائلی همچون ضعف قوانین حوزه تجارت الکترونیک، ضعف قانون حمایت از مصرف‌کنندگان اینترنتی و میزان حمایت از مالکیت فکری و معنوی و رعایت کپی‌رایت، مسائل اساسی حقوقی در این حوزه می‌باشد. از سوی دیگر کاربران حوزه ورزش دیجیتال با اختلالات اتصال و سرعت کم اینترنت مواجه هستند و سرعت اینترنت در مناطق مختلف ایران بسیار متفاوت بوده و بسیاری از وب‌گاه‌ها با محدودیت فیلترینگ مواجه هستند. از سویی نیز یک نگرش سنتی بر حوزه فناوری اطلاعات ورزش حاکم بوده و نیروی انسانی فعال در این حوزه، دانش اندکی در مهارت‌های فناوری محور دارند که به دلیل سن بالای مدیران و سیاستگذاران این حوزه است. راهبرد مشخصی در حوزه ورزش دیجیتال نیز وجود ندارد (کریمی، بخش‌م و حسین‌پور، ۱۴۰۰).

محمدپور و مرادوف (۱۴۰۰)، به شناسایی، ارزیابی و تحلیل موانع و چالش‌های توسعه نوآوری در صنایع ایران پرداختند و موارد زیر را به‌عنوان مهم‌ترین چالش‌های توسعه نوآوری صنعتی برشمردند:

- کمبود حمایت‌های مالی نهادهای حکومتی؛
- اعتبار ناکافی صندوق‌های سرمایه‌گذاری دولتی؛
- در نظر نگرفتن خدمات خاص و ویژه برای نوآوری در صنایع؛
- ابهام جایگاه نوآوری در صنایع؛
- وجود رانتهای تصمیم‌گیری در صنایع؛
- چندگانگی متولیان امور تصمیم‌گیری؛
- نبود الگو و نقشه‌راه نوآوری در صنایع؛
- فقدان ساختار مناسب در نظام تحقیق و توسعه؛
- ضعف مدیریت علمی در هدایت و جلب مشارکت‌های بخش دولتی و خصوصی؛

- روشن نبودن راهبردهای بلندمدت نوآوری در صنایع کشور؛
 - کمبود زیرساخت‌های ضروری توسعه نوآوری؛
 - موانع فرهنگی توسعه نوآوری؛
 - محدودیت‌های فناوری اطلاعات؛
 - موانع ساختاری کلان جامعه؛
 - عدم ثبات سیاسی - اقتصادی؛
 - تحریم‌های اقتصادی؛
 - ایجاد شرایط حاد مانند همه‌گیری کرونا؛
 - تورم؛
 - ریسک بالای سرمایه‌گذاری در نوآوری‌های جدید؛
 - کم بودن توانایی خطرپذیری در سازمان؛
 - نبود ساختار انگیزشی برای نیروی انسانی؛
 - نبود نیروی انسانی ماهر؛
 - عدم آموزش مناسب و کافی نیروی انسانی؛
 - کمبود سرمایه (محمدپور و مرادوف، ۱۴۰۰).
- موانع حکومتی و سیاست‌گذاری به‌عنوان مهم‌ترین دسته‌های این مطالعه شناسایی شدند (محمدپور و مرادوف، ۱۴۰۰). همچنین بر اساس یافته‌های آنان، مهم‌ترین موانع و چالش‌های توسعه نوآوری در صنایع خودروسازی، در رتبه نخست اعتبار ناکافی صندوق‌های سرمایه‌گذاری دولتی می‌باشد (محمدپور و مرادوف، ۱۴۰۰).

روش تحقیق

یکی از روش‌های ساده و کارآمد تحلیل کیفی، تحلیل مضمون است. در واقع، تحلیل مضمون، اولین روش تحلیل کیفی است که پژوهشگران باید یاد بگیرند. این روش، مهارت‌های اساسی موردنیاز برای بسیاری از تحلیل‌های کیفی را فراهم می‌کند. تحلیل مضمون، یکی از مهارت‌های عام و مشترک در تحلیل‌های کیفی است؛ به همین دلیل، بویاتزیس (۱۹۹۸)، آن را نه روشی خاص، بلکه ابزاری مناسب برای روش‌های مختلف معرفی می‌کند. ریان و برنارد (۲۰۰۰) نیز شناسه‌گذاری مضامین را فرایند پیش‌نیاز تحلیل‌های اصلی و رایج کیفی معرفی می‌کنند تا روشی منحصر به فرد و خاص. اما به



عقیده براون و کلارک (۲۰۰۶)، تحلیل مضمون را باید روش ویژه‌ای در نظر گرفت که یکی از مزایای آن انعطاف‌پذیری است (براون و ویکتوریا^۱، ۲۰۰۶).

پژوهش کیفی، روشی منظم برای توصیف اجزای شرایط و ویژگی‌هایی درباره پدیده‌های انسانی است که قابل تبدیل به کمیت نیستند. به عبارتی دیگر پژوهش کیفی، جمع‌آوری، تحلیل و تفسیر داده‌های غنی و روایت‌گونه به‌منظور درک عمیق مفاهیم و پدیده‌هایی است که به دلیل وجود عامل انسانی در آنها پیچیدگی زیادی دارند. این پژوهش‌ها که مبتنی بر فلسفه پدیدارشناختی بوده و در جایگاه طبیعی خود با افراد واقعی (و نه در محیط تجربی) درباره افرادی تحت کنترل انجام می‌شود، پژوهش کیفی نامیده می‌شود (خنیفیر و نفیسه، ۱۳۸۹).

روش‌های مختلفی برای تحلیل مضمون وجود دارد که هر یک از آنها، فرایندهای خاصی را دنبال می‌کند. در این تحقیق، با ترکیب روش پیشنهادی کینگ و هاروکس (۲۰۱۰)، براون و کلارک (۲۰۰۶) و آتراید-استیرلینگ (۲۰۰۱) که در مقاله توسط عابدی جعفری و همکاران (۱۳۹۰) ارائه شده، فرایند گام به گام و جامعی برای تحلیل مضمون، عرضه می‌شود. فرایند تحلیل مضمون، زمانی آغاز می‌شود که تحلیلگر به دنبال شناخت الگوهایی از معانی و موضوعات در داده‌ها باشد؛ البته ممکن است این کار در طول جمع‌آوری داده‌ها اتفاق بیفتد. نقطه پایان این فرایند نیز تهیه گزارشی از محتوا و معانی الگوها و مضامین در داده‌هاست. همچنین تحلیل، فرآیندی است که طی زمان شکل می‌گیرد و نباید با عجله اجرا شود. نوشتن نیز بخشی اساسی از این فرایند است که از همان گام اول آغاز می‌شود و تا گام نهایی، تداوم می‌یابد. در این تحقیق، مراحل آشنا شدن با داده‌ها، ایجاد شناسه‌های اولیه و شناسه‌گذاری، جست‌وجو و شناخت مضامین، ترسیم شبکه، تحلیل شبکه مضامین و تدوین گزارش را طی کرده‌ایم.

جامعه آماری در این پژوهش، نخبگان و مدیران آشنا با کسب‌وکارهای نوپا و کارآفرینی و استارت‌آپ‌ها هستند که با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی انتخاب شده‌اند و تعدادشان ۱۰ نفر می‌باشد.

اعتبار یافته‌ها با استفاده از ابزارهای روایی و پایایی، سنجش شده و مورد تأیید واقع شدند.

¹ Braun & Victoria

جدول ۱: پایایی مصاحبه‌ها

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل شناسه‌ها	تعداد توافقات	تعداد عدم‌توافقات	درصد پایایی بازآزمون
۱	مصاحبه اول	۱۰۰	۴۱	۵	۸۲ درصد
۲	مصاحبه چهارم	۱۵۳	۷۰	۴	۹۱ درصد
۳	مصاحبه هشتم	۱۱۵	۴۹	۳	۸۵ درصد
	کل	۳۶۸	۱۶۰	۱۲	۸۶ درصد

یافته‌های تحقیق

پس از بازبینی و تحلیل‌های مکرر، در مجموع ۲۹۵ شناسه باز از متون مصاحبه استخراج شد که فراوانی مجموع این شناسه‌ها، بیش از ۶ هزار مورد بوده است. در دومین مرحله از پژوهش، شناسه‌گذاری محوری انجام شده است. شناسه‌گذاری محوری شامل حرکت به سوی یک سطح بالاتر از انتزاع و با مشخص کردن روابط و مشخص نمودن طبقه اصلی یا سازه‌ای که سایر مفاهیم حول آن می‌گردند، حاصل می‌شود. شناسه‌گذاری محوری، عبارت است از تأیید مفاهیم بر مبنای روابط پویای آنها. طی شناسه‌گذاری محوری، بین طبقات و زیرطبقات ارتباط برقرار می‌شود. اساساً در این مرحله، داده‌ها از طریق برقراری ارتباط بین طبقات به شیوه‌ای جدید کنار هم قرار می‌گیرند. همان‌گونه که از جداول پیش‌گفته نمایان هست، پژوهشگر، پس از بازخوانی مصاحبه‌ها و شناسه‌گذاری، ۲۹۵ شناسه را استخراج کرده است و این تعداد شناسه‌ها را پس از چندین بار بازخوانی و اصلاح، در نهایت در دسته‌های اصلی تحقیق که از پیش تعیین شده‌اند، جای‌گذاری کرده و سپس در زیر دسته‌های برآمده از دسته‌بندی شناسه‌ها، جای داده است که به عبارتی مسائل راهبردی این حوزه به‌شمار آمده و عبارت‌اند از: بسترسازی، چابک‌سازی، تعامل‌گرایی، نهادینه‌سازی، نیروی انسانی، نوآوری، کاربردسازی، سیاست‌گذاری، زیرساخت‌سازی، هماهنگ‌سازی، اعتمادسازی، آموزش، دسترس‌پذیری، انحصار‌گرایی، قانون‌محوری، امنیت‌محوری، فناوری‌محوری، حمایت‌گری و تأمین مالی.

در بحث سیاست‌گذاری در حوزه اقتصاد فناورانه، نقشه‌راه استاندارد وجود ندارد و الگو و نقشه نام نوآوری در صنایع نیز تعبیه نشده است. یکی از دلایل مهم آن، این است که جایگاه نوآوری در صنایع و فعالیت‌های اقتصادی مبهم بوده و با پدیده چندگانگی در



متولیان و تصمیم‌گیران این حوزه مواجه هستیم که وحدت رویه در سیاستگذاری‌ها را با چالش روبه‌رو می‌کنند و به همین دلیل راهبردهای بلندمدت و روشنی در این حوزه نداریم. در ادامه جدول آمارهای توصیفی مربوط به مسائل راهبردی احصاء شده در حوزه اقتصادی، ارائه شده است. این جدول به دلیل انتخاب گزینه چارک‌ها به نمایش درآمده است و می‌توان از آن برای بخش آمار توصیفی گزارش، استفاده کرد. اگر متغیرهای مورد بررسی، کمی نباشند و از نوع ترتیبی باشند، گزارش آمارهای توصیفی کمی مانند میانگین و انحراف معیار برای آنها صحیح نیست و به جای آن می‌توان از چارک‌ها استفاده کرد.

جدول ۲. آمارهای توصیفی مسائل راهبردی احصاء شده در حوزه اقتصادی

صدک			رتبه پایین	رتبه بالا	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد	مسائل راهبردی احصاء شده
75th	50th (Median)	25th						
۴	۴	۳	۵	۱	۱.۰۷۲	۳.۵۷	۱۴۸	ثبات محوری
۳	۳	۲	۵	۱	۱.۲۶۹	۲.۶۵	۱۴۸	امنیت‌پذیری
۴	۴	۳	۵	۱	۱.۰۲۵	۳.۷۱	۱۴۸	قانون گذاری
۴	۴	۳	۵	۱	۱.۲۲۱	۳.۵۰	۱۴۸	زیرساخت‌سازی
۵	۴	۳	۵	۱	۱.۰۵۳	۳.۷۷	۱۴۸	نیروسازی
۴	۳	۳	۵	۱	۱.۱۱۱	۳.۲۶	۱۴۸	آگاه‌سازی
۴	۳	۳	۵	۱	۱.۰۳۷	۳.۴۱	۱۴۸	سیاست‌گذاری
۵	۴	۳	۵	۱	۱.۱۶۲	۳.۷۹	۱۴۸	فرایندمحوری
۴	۴	۳	۵	۱	۱.۱۵۶	۳.۵۰	۱۴۸	مشارکت‌محوری
۴	۳	۲	۵	۱	۱.۲۱۵	۳.۲۱	۱۴۸	مستندسازی
۴	۴	۳	۵	۱	۱.۱۰۸	۳.۶۰	۱۴۸	نوگرایی
۴	۳	۳	۵	۱	۱.۰۷۲	۳.۴۳	۱۴۸	کنترل‌پذیری

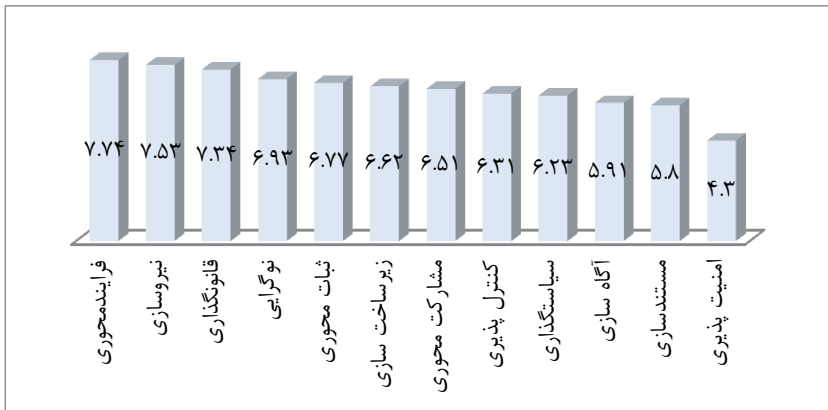
همچنین جدول رتبه‌ها بر اساس میانگین احصاء شده هر عامل در ادامه مورد بحث قرار گرفته است. در این جدول، میانگین رتبه‌های هر یک از گروه‌های وابسته به هم متغیر مستقل، به شرح زیر است.



جدول شماره ۳: رتبه‌ها بر اساس میانگین احصاء شده هر عامل

رتبه‌ها	
میانگین رتبه	مسئله راهبردی
۶.۷۷	ثبات محوری
۴.۳۰	امنیت‌پذیری
۷.۳۴	قانون‌گذاری
۶.۶۲	زیرساخت‌سازی
۷.۵۳	نیروسازی
۵.۹۱	آگاه‌سازی
۶.۲۳	سیاست‌گذاری
۷.۷۴	فرایندمحوری
۶.۵۱	مشارکت محوری
۵.۸۰	مستندسازی
۶.۹۳	نوگرایی
۶.۳۱	کنترل‌پذیری

با توجه به موارد مطرح‌شده، رتبه راهبردهای کلیدی احصاء شده در حوزه اقتصادی در نمودار زیر نشان داده شده است. همانگونه که مشخص است، به‌ترتیب فرایندمحوری، نیروسازی، قانون‌گذاری، نوگرایی، ثبات محوری، زیرساخت‌سازی، مشارکت محوری، کنترل‌پذیری، سیاست‌گذاری، آگاه‌سازی، مستندسازی و امنیت‌پذیری در رتبه‌های ۱ تا ۱۲ قرار می‌گیرند.



نمودار شماره ۱: رتبه شاخص مسائل راهبردی احصاء شده در حوزه فناوری حوزه اقتصادی بر اساس

تحلیل آزمون فریدمن



همان‌گونه که آزمون فریدمن نشان می‌دهد، در حوزه فناوری اقتصادی، فرایندمحوری در رتبه اول اهمیت از نظر پاسخگویان قرار داشته و نیروورسانی نیز در رتبه دوم قرار دارد. همچنین امنیت‌پذیری نیز از نظر رتبه در آخرین جایگاه قرار دارد.

در ادامه، جدول آمارهای توصیفی مربوط به مسائل راهبردی احصاء‌شده درحوزه کسب‌وکارها به نمایش درآمده است. این جدول به‌دلیل انتخاب گزینه چارک‌ها به نمایش درآمده است و می‌توان از آن برای بخش آمار توصیفی گزارش، استفاده کرد.

جدول ۴. آمارهای توصیفی مسائل راهبردی احصاء‌شده در حوزه کسب‌وکارها

صدک			رتبه اول	رتبه دوم	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد	مسائل راهبردی احصاء‌شده
75th	50th (Median)	25th						
۴	۳	۲	۵	۱	۱.۲۱۶	۲.۹۵	۱۴۸	بسترسازی
۴	۴	۳	۵	۱	۱.۰۳۸	۳.۷۳	۱۴۸	چابک‌سازی
۴	۳	۳	۵	۱	۱.۰۷۳	۳.۴۲	۱۴۸	تعامل‌گرایی
۲	۱	۱	۵	۱	۰.۴۷۹	۱.۳۵	۱۴۸	نهادینه‌سازی
۴	۳	۲	۵	۱	۱.۱۳۸	۲.۸۰	۱۴۸	نیروی انسانی
۵	۴	۳	۵	۱	۰.۹۹۸	۳.۸۷	۱۴۸	نوآوری
۴	۴	۳	۵	۱	۱.۰۸۵	۳۳.۶	۱۴۸	کاربردسازی
۴	۳.۵۰	۳	۵	۱	۱.۰۳۲	۳.۴۱	۱۴۸	سیاست‌گذاری
۴	۴	۳	۵	۱	۱.۱۳۴	۳.۴۶	۱۴۸	زیرساخت‌سازی

همچنین جدول رتبه‌ها بر اساس میانگین احصاء‌شده هر عامل در ادامه مورد بحث قرار گرفته است. در این جدول، میانگین رتبه‌های هر یک از گروه‌های وابسته به هم متغیر مستقل، ارائه شده است.

جدول شماره ۵: رتبه‌ها بر اساس میانگین احصاء‌شده هر عامل

رتبه‌ها	
میانگین رتبه	مسئله راهبردی
۴.۵۶	بسترسازی
۶.۱۴	چابک‌سازی
۵.۳۷	تعامل‌گرایی
۱.۶۴	نهادینه‌سازی
۴.۱۴	نیروی انسانی

رتبه‌ها	
میانگین رتبه	مسئله راهبردی
۶.۴۸	نوآوری
۵.۷۵	کاربردسازی
۵.۳۸	سیاست‌گذاری
۵.۵۴	زیرساخت‌سازی

با توجه به موارد مطرح‌شده، رتبه راهبردهای کلیدی احصاء‌شده در حوزه کسب‌وکارها در نمودار زیر نشان داده شده است. همان‌گونه که مشخص است به‌ترتیب نوآوری، چابک‌سازی، کاربردسازی، زیرساخت‌سازی، سیاست‌گذاری، تعامل‌گرایی، بسترسازی، نیروسازی و نهادینه‌سازی در رتبه‌های ۱ تا ۹ قرار می‌گیرند.



نمودار شماره ۲: رتبه شاخص مسائل راهبردی احصاء‌شده در حوزه فناوری‌های حوزه کسب و کار بر اساس تحلیل آزمون فریدمن

نتیجه‌گیری و بحث

در این بخش از پژوهش با تکیه بر یافته‌های آن در شناسایی مسائل و نقاط ضعف و تهدیدها، راه‌کارهایی در راستای رفع این موانع و رسیدن به بهره‌وری بیشتر در حوزه‌های مورد بررسی ارائه خواهیم کرد. پیشنهادهای پژوهش در حوزه سیاست‌گذاری و اجرایی، بیشتر با تأکید بر رفع موانع انجام شده است، به‌گونه‌ای که رفع موانع سیاستی و بالادستی، خود به رفع سایر مسائل و مشکلات ناشی از آن خواهند انجامید. این را باید



در نظر داشت که بسیاری از موانع دارای همپوشانی بوده یا همبستگی بالایی با یکدیگر دارند.

از تهدیدهایی که در حوزه‌های مختلف مورد تأکید خیرگان قرار گرفت، تهدیدهای ناشی از تحریم‌های بین‌المللی بود. وجود تحریم‌های بین‌المللی به‌عنوان یک عامل فراملی و فراسازمانی باعث شده است که مسائل و مشکلات اساسی بر سر راه فعالین حوزه‌های مختلف کشور اعم از اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فناوری‌های نوین به‌وجود بیاید. تولایی و احمدی (۱۳۹۵)، استقرار و تقویت زیرساخت فنی شبکه، به صورت کارا و کارآمد در سراسر کشور و کاهش هزینه‌های مرتبط ضمن دور زدن تحریم‌های فناورانه را یکی از راه‌کارهای مؤثر در این راه می‌دانند (تولایی و احمدی، ۱۳۹۵). برخی از این مشکلات به صورت مستقیم، فعالیت شرکت‌ها و سازمان‌ها را به چالش کشیدند که در این راه می‌توان به عدم امکان ورود فناوری‌های نو برای همگام‌سازی با پیشرفت‌های جهانی و افزایش بهره‌وری اشاره کرد. در این راستا، خدایاری و همکاران (۱۳۹۸)، ایجاد شبکه‌ای گسترده از متخصصان حوزه‌های مختلف از کشورهای مختلف دنیا را راه‌کار مناسبی برای رفع چنین چالش‌هایی مطرح کرده‌اند (خدایاری، نیل‌فروشان و حاجی‌حیدری، ۱۳۹۸). از سوی دیگر اعمال تحریم‌ها باعث شده است که وضعیت اقتصادی کشور با بی‌ثباتی خاصی روبه‌رو شود و تورم فزاینده نشانه بارز آن به‌شمار می‌رود. این عامل باعث شده است که شرکت‌ها و سازمان‌ها نتوانند از لحاظ مالی به برنامه‌ریزی و آینده‌نگری بپردازند و با مشکلات پُرشماری در این راه مواجه شوند. عدم برنامه‌ریزی مالی با توجه به تورم حاکم و عدم ثبات اقتصادی باعث شده است که سایر حوزه‌های فعالیتی نیز به چالش کشیده شده و امکان هدف‌گذاری در حوزه‌های مختلف از فعالین آن حوزه گرفته شود. کاهش تولید ناخالص داخلی، کاهش نرخ رشد اقتصادی، افزایش نرخ تورم، افزایش کسری بودجه و افزایش بدهی‌های خارجی، از عواملی هستند که در گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۴۰۱) به‌عنوان موانع توسعه کسب‌وکارها مورد تأکید قرار گرفت.

همچنین افزون بر تحریم‌های بین‌المللی، کشور از نبود دیپلماسی سازنده با سایر کشورهای منطقه و همسایه نیز کم برخوردار بوده که این باعث شده است که آثار تحریم دوچندان شود.



ابزار تلاش برای رفع تحریم‌ها و آثار متعاقب از آن و همچنین اتخاذ دیپلماسی بین‌المللی سازنده با کشورهای همسایه و کشورهای منطقه باعث خواهد شد که در ابتدا بسیاری از چالش‌ها و مسائل ناشی از تحریم‌ها از بین رفته و ثبات اقتصادی به کشور برگردد و از سوی دیگر کشور از کمک‌های فناورانه و علمی سازمان‌ها و نهادهای علمی و فناوری نیز بهره‌مند شود.

پیشنهاد سیاستی دیگر برگرداندن ثبات به حوزه‌های مختلف فعالیتی در کشور می‌باشد. از سویی کشور دچار بی‌ثباتی‌های فزاینده اقتصادی است که نیازمند اتخاذ سیاست‌های واحد در حوزه اقتصادی می‌باشد. برای رسیدن به این موضوع، مهم‌ترین راه‌کار، مشخص شدن متولی اقتصاد در کشور و واگذاری سیاستگذاری اقتصادی در حوزه‌های مالی و پولی به آن می‌باشد. از سوی دیگر بحث بی‌ثباتی سازمانی نیز بایستی در کشور رفع و رجوع شود. با توجه بر اینکه در ایران مدیران اداری و اجرایی با تغییر سیاستمداران، تغییرات عمده‌ای پیدا می‌کنند و این تغییرها با سرعت اتفاق می‌افتد، بنابراین در سازمان‌ها نوعی بی‌ثباتی از حیث مدیریتی وجود دارد. از این‌رو باید با اتخاذ سیاست‌ها و دستورالعمل‌هایی، امکان ارتقاء و ثبات مدیریتی مدیران را هموار کرد. با توجه به کار راهی تصویر شده و همچنین به دستورالعمل‌های ارائه شده نبایستی مدیران به دلیل سیاست‌های حزبی و جناحی برکنار شوند، بلکه برکناری مدیران صرفاً باید به دلیل عدم کارآمدی یا در صورت بروز تخلف از سوی آنان، صورت پذیرد و به نوعی همانگونه که برای نمایندگان، مصونیت قضایی و سیاسی وجود دارد، برای مدیران نیز در صورت عدم وقوع تخلف از سوی آنها، نوعی مصونیت اجرایی وجود داشته باشد.

همسویی دانشگاه، کسب‌وکارها و دانش تولیدی در تحقیق به‌عنوان یکی از عوامل اصلی در موفقیت کسب‌وکارها و کاربردی‌سازی یافته‌های مراکز علمی مطرح شده است (عرب مازار یزدی و غلامزاده لداری، ۱۳۹۰). از سوی دیگر بایستی ارتباط بین صنعت و دانشگاه افزایش پیدا کرده و تحقیق‌ها و پژوهش‌های انجام‌شده در دانشکده‌ها و پژوهشکده‌های فعال در سراسر کشور متناسب با نیازهای صنایع، تعریف شده و حمایت شوند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بسیاری از مقالات و پژوهش‌های انجام‌شده در نهادهای تحقیقاتی و آموزشی، تناسبی با نیازهای صنعتی و نیازهای بازار نداشته و به نوعی عملیاتی نمی‌شوند. در این راستا برای رفع این مانع می‌توان انجام پژوهش در



دانشگاه‌های کشور را منوط به موافقت یک شرکت یا یک نهاد صنعتی کرد که دانشجویان بتوانند با انجام تحقیق، به رفع موانع و چالش‌های آنها و بهره‌ورتر شدن آنها کمک بکنند. از سوی دیگر در تدریس واحدهای آموزشی می‌توان از توانمندی‌ها و تجارب مدیران حوزه‌های صنعتی و تجاری کشور بهره برد و از آنها نیز در تدریس مطالب آموزشی استفاده کرد. همچنین واحدهای درسی در نظام آموزشی بایستی متناسب با نیازهای صنعتی و تجاری کشور روزآمدسازی کرد و برخی از واحدهای درسی متناسب با نیازهای آنان تدوین و در نظام آموزشی گنجانده شوند. تحقیق خالقی و محمدپورزند (۱۴۰۰) نیز نشان داد که کسب‌وکار یا سازمان بایستی درباره نیازسنجی‌های آموزشی در زمینه فناوری اطلاعات، برنامه‌ریزی راهبردی داشته باشد و نیروی انسانی توانمندی را در این حوزه تربیت نماید (خالقی و محمدپورزند، ۱۴۰۰).

همچنین برای اینکه بتوان فناوری‌های دیجیتال را در حوزه‌های علمی و در سطح زندگی عمومی مردم گسترش و توسعه داد، بایستی فناوری‌های نوین و ریشه‌های فرهنگ استفاده از آنها را در سطح جامعه به صورت یکسان یا حداقل به صورت مشابه و هم‌سطح، به آحاد جامعه ارائه کرد. اتخاذ چنین سیاستی باعث می‌شود که خلاء موجود در حوزه دیجیتال و شکاف دیجیتالی در جامعه به حداقل ممکن برسد و مردم با دسترسی همسان به ابزارهای فناورانه، فرهنگ استفاده از آن را نیز به دست آورده و بتوانند با کمترین مشکل به پیگیری نیازها و خواسته‌های خود در بستر فناورانه بپردازند.

قوانین سخت و دست‌وپاگیر دولتی برای شرکت‌ها در پارک‌های علم و فناوری، تعارض رفتارهای سیاسی، مقررات، حقوقی، قوانین موجود در زمینه ارتقای تجاری‌سازی دانش، از موانعی بود که در تحقیق پاپی و همکاران (۱۴۰۰) مورد تأکید قرار گرفت که برای رفع این موانع، پیشنهادهایی همچون تلاش برای تسهیل موضوع ثبت اختراع و صدور گواهی‌نامه توسط دولت، محافظت از مالکیت معنوی توسط شرکت‌ها و پیروی از قوانین کپی‌رایت بین‌المللی را پیشنهاد دادند (پاپی، رضایی آشیانی و زاهدی، ۱۴۰۰). راه‌کار دیگر برای رفع موانع فناورانه، تقویت و ارتقاء زیرساخت‌های حقوقی و قانونی در کشور در حوزه فعالیت‌های فناورانه می‌باشد. قوانین موجود در کشور در بسیاری از موارد نسبت به فعالیت‌های فناورانه سکوت کرده یا قوانین موجود در تعارض با فعالیت‌های

فناورانه می‌باشد. بنابراین ضمن آسیب‌شناسی قوانین موجود در حوزه فناوری و فعالیت‌های دیجیتالی، بایستی به شناسایی فعالیت‌های فناورانه که به قانونگذاری جدید نیاز دارند، نیز پرداخته شود. در این راه می‌توان از تجارب سایر کشورها با انجام مطالعه تطبیقی نیز بهره برد.

عدم استفاده از نیروهای متخصص که در دانشگاه‌های برتر کشور تحصیل کرده و دانش آموخته شده‌اند، باعث شده است که بسیاری از سرمایه‌های انسانی به خارج از کشور مهاجرت کنند. دولت و زیرمجموعه‌های دولتی به‌ویژه شرکت‌های دانش‌بنیان و سایر شرکت‌های وابسته به دولت می‌توانند با عقد تفاهم‌نامه‌ای با دانشگاه‌های برتر کشور، رشته‌های موردنیاز خود را اعلام کرده و دانش‌آموختگان این رشته‌ها که از توانمندی‌های بالایی برخوردار هستند، جذب نمایند.

همچنین در تدوین و اجرای سیاست‌های بالادستی در حوزه‌های مختلف اعم از تولیدی بایستی بوم‌سنجی‌های لازم انجام پذیرد و اقدامات انجام‌شده بایستی متناسب با توانمندی‌های طبیعی یک منطقه باشد تا بتوان آسیب‌های ناشی از انجام فعالیت‌های فناورانه را در حوزه محیط زیست و سایر حوزه‌ها به کمترین حد ممکن رساند. این در حالی است که انجام برخی پروژه‌های عمرانی و پروژه‌های صنعتی در سال‌های گذشته باعث تخریب روزافزون محیط زیست شده و آثار تخریبی جبران‌ناپذیری را بر جای گذاشته است.

ارتقای استفاده از اینترنت و درنهایت تحقق شفافیت از مواردی بود که برای توسعه کسب‌وکارها در تحقیق نوری و طباطبایی‌نیا (۱۳۹۸) مورد تأکید قرار گرفت. همچنین در اجرای فرایندها و اجرای سیاست‌ها بایستی شفاف‌سازی در اولویت قرار گرفته و جزو اجزای جداناپذیر اجرای سیاست‌ها تلقی شود. بدین صورت که شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی و خصوصی و نهادهای عمومی در همه مراحل انجام فعالیت‌های خود، به شفاف‌سازی اقدامات خود بپردازند. این مراحل می‌تواند شامل به‌کارگیری نیرو و چگونگی انتخاب افراد بر اساس شاخص‌ها و معیارها تا انجام فعالیت‌های کلان و خرد سازمان‌های دولتی و عمومی باشد، در صورت رعایت این امر، نه تنها اعتماد عمومی به سازمان‌ها و نهادهای دولتی افزایش می‌یابد، بلکه با مشارکت ذی‌نفعان به‌ویژه مردم در



فرایند امور، بهره‌وری موجود در شرکت‌ها و سازمان‌ها در اجرای پروژه‌ها افزایش پیدا کرده و از نظرات متعدد کارشناسی برخوردار خواهند شد.

برای فعال شدن حوزه فعالیت‌های اقتصادی به‌ویژه در بخش فناوری‌ها بایستی بسیاری از شرکت‌های بزرگ و کارتل‌های بزرگ اقتصادی به شرکت‌های کوچک تبدیل شوند. این شرکت‌ها که بیشتر شرکت‌های دولتی و نیمه‌دولتی هستند، به کارتل‌های بزرگ اقتصادی تبدیل شده‌اند که امکان رقابت را از شرکت‌های کوچک و امکان فعالیت را از آنها گرفته‌اند و بسیاری از پروژه‌های عمرانی و پروژه‌های اجرایی کشور در دست این شرکت‌های بزرگ می‌باشد. وجود چنین شرکت‌هایی با توان اجرایی بسیار بالا باعث شده است که شرکت‌های خرد، امکان حضور در پروژه‌های عمرانی و پروژه‌های اجرایی سازمان‌های دولتی را نداشته باشند که خود باعث شده است که روحیه و انگیزه تأسیس شرکت‌های کوچک و نوپا در دانش‌آموختگان دانشگاه‌های برتر به کمترین میزان ممکن برسد و و دانش‌آموختگان این گونه دانشگاه‌ها به جای راه‌اندازی شرکت‌های کوچک و فعالیت‌های نوپا، در فکر استخدام در شرکت‌های بزرگ می‌باشند و در نتیجه میزان نوآوری آنها در فعالیت‌ها به حداقل ممکن می‌رسد.

یافته‌های تحقیق میرک‌آباد و نوری (۱۳۹۴) نشان داد که عواملی همچون ضعف فرهنگی کاربران و درنهایت عدم اعتماد افراد به کسب‌وکارهای اینترنتی از موانع رشد کسب‌وکارهای فناورانه در ایران به‌شمار می‌روند (زارع میرک‌آباد و نوری، ۱۳۹۴). یافته‌های این پژوهش نیز نشان می‌دهد که از سوی دیگر دولت با استفاده از ابزارهای ارتباط جمعی همچون رسانه‌های دولتی و ملی و همچنین رسانه‌های افراد فعال در شبکه‌های اجتماعی بایستی فرهنگ کار گروهی را در کشور ارتقا بدهد. نبود فرهنگ گروهی باعث شده است که بسیاری از فعالیت‌ها در سطح خرد و کلان و در سطح افراد حقیقی و حقوقی به مشکل بخورد و این موضوعی است که هم در بین دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها و افراد تحصیلکرده و هم در بین افراد بی‌سواد دیده می‌شود و به‌نوعی یک پدیده شایع است که دولت می‌تواند با استفاده از ظرفیت رسانه به رفع آنها بپردازد. این در حالی است که دولت و نهادهای دولتی، تاکنون رسانه و شبکه‌های اجتماعی و افراد شهیر اجتماعی را نه به‌مثابه فرصت، که به‌عنوان تهدید تلقی کرده‌اند؛ در صورتی که دولت، می‌تواند با جلب نظر فعالین حوزه‌های شبکه‌های مجازی و افراد شهیر کشور و با



استفاده از ظرفیت موجود در شبکه‌های مجازی، به فرهنگ‌سازی بسیاری از مواردی که به حوزه زندگی جمعی مربوط می‌باشد، پردازد. برای نمونه در زلزله اخیر ترکیه، دولت با استفاده از جایگاه رسانه، جمع‌کثیری از افراد شهیر کشور اعم از هنرمندان و فعالین اجتماعی را در یک برنامه تلویزیونی دور هم گرد آورده و از هر کدام مبلغی را به‌عنوان کمک به زلزله‌زدگان اخذ کرد؛ در صورتی که به‌دلیل وجود خلأهای قانونی و نظارتی، نه‌تنها چنین سیاستی در ایران پیگیری نمی‌شود، بلکه بسیاری از هنرمندان نیز که به جمع‌آوری کمک برای حل برخی از مسائل می‌پردازند، با بایکوت‌های امنیتی و سیاسی مواجه می‌شوند. در صورتی که می‌توان با قانونگذاری شفاف در این حوزه و همچنین با اعمال سیاست‌های مدیریتی، نسبت به بهره‌برداری بهینه از این قبیل فعالیت‌ها در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها به صورت مطلوب بهره‌برداری کرد. ملکی مین‌باش رزگاه و شهرپاری (۱۳۹۶)، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای کسب‌وکار در ایران پرداخته و نشان دادند که این شبکه‌ها می‌توانند ظرفیت‌های متعددی را برای فضای کسب‌وکارها خلق کنند (ملکی مین‌باش رزگاه و شهرپاری، ۱۳۹۶).

منابع

- بغدادی، مصطفی، محمدی، مهدی، البیاسی، مهدی و رادفر، رضا (۱۴۰۰). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه مدل کسب‌وکار استارت‌آپ‌ها همگام با مراحل بلوغ یک استارت‌آپ. مدیریت توسعه فناوری، ۹(۴)، ۱۱-۴۳. <https://doi.org/10.22104/jtdm.2022.5169.2870>
- بیات، زهرا (۱۴۰۰). بررسی اثرات کرونا بر اقتصاد دیجیتال. همایش ملی تحقیقات میان رشته‌ای در مدیریت و علوم انسانی.
- پایی، فاطمه، رضایی آشیانی، زهرا و زاهدی، امیراحسان (۱۴۰۰). تحلیل موانع نوآوری و تجاری‌سازی فناوری در شرکت‌های دانش بنیان ایران. فصلنامه پژوهش‌های معاصر در علوم مدیریت و حسابداری. ۳(۱۰)، ۵۴-۳۵. <https://jocrimas.ir/fa/showart-5669b73d54df0a233b6492521be0b12c>
- تولایی، روح‌الله و احمدی، محمد میلاد (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی و تدوین راهبردهای کسب جایگاه برتر منطقه‌ای در توسعه دولت الکترونیک. فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، ۷(۲۸)، ۵۳-۸۲. https://www.smsjournal.ir/article_88359.html



حجازی، جلال، دوامی، پرویز، توحیدی، ناصر، حائریان اردکانی، علی، کریمی طاهری، علی و محمودی، رضا (۱۳۸۹). فناوری و دانش فنی. فصلنامه آموزش مهندسی ایران، ۱۲(۴۸)، ۶۵-۸۸.

<https://doi.org/10.22047/ijee.2011.691>

خالقی، فرامرز، و محمدپور زرنندی، محمد ابراهیم (۱۴۰۰). شناسایی و رتبه بندی چالش‌های همراستایی کسب و کار و فناوری اطلاعات: راهکاری برای همسویی استراتژیک (مطالعه موردی: شرکت فولاد جنوب). فصلنامه مدیریت کسب و

کار. ۲۰۱۰۰۱.۱.۲۲۵۲۰۱۰۴.۱۴۰۰.۱۳.۴۹.۱۲.۲

خدایاری، مریم، نیل‌روشان، هادی و حاجی حیدری، نسترن (۱۳۹۸). آسیب شناسی مدل های کسب و کار هوشمندی فناوری در ایران. مدیریت توسعه فناوری، ۷(۴)، ۹۷-

<https://doi.org/10.22104/jtdm.2020.3893.2366>

خنیفر، حسین و زروندی، نفیسه (۱۳۸۹). پژوهش کیفی: رهیافتی نو در مطالعات مدیریت. فصلنامه علمی راهبردی، ۱۸(۱)، ۲۴۳-۲۵۶.

https://rahbord.csr.ir/article_124367.html

زارع میرک آباد، زهرا، و نوری، روح اله (۱۳۹۴). فرآیند کارآفرینی الکترونیکی در ایران؛ موانع و چالش‌ها. مدیریت توسعه فناوری، ۳(۳)، ۱۶۵-۱۸۸.

عرب‌مازار یزدی، محمد و غلام‌زاده لداری، مسعود (۱۳۹۰). همسوسازی فناوری اطلاعات و کسب و کار: مفاهیم، اندازه‌گیری و چالش‌ها. حسابداری و منافع اجتماعی، ۱(۱)، ۸۶-۱۰۸.

فارس‌سیجانی، حسن، و شهرکی مقدم، شایان (۱۴۰۱). ارتقا و رشد استارت‌آپ‌ها در اکوسیستم استارت‌آپی ایران. نخبگان علوم و مهندسی، ۱۴۰-۱۵۲.

کریمی، حسین، بخش‌م، میلاد، و حسین پور، مهدی (۱۴۰۰). طراحی الگوی آسیب شناسی استقرار فناوری اطلاعات سبز در بیمارستان‌ها و مراکز درمانی. مدیریت بهداشت و درمان (نظام سلامت)، ۱۲(۱۱۲)، ۲۳-۳۵.

محمدپور، شایان، و مرادوف، الهیار (۱۴۰۰). شناسایی، ارزیابی و تحلیل موانع و چالش‌های توسعه نوآوری در صنایع ایران (مورد مطالعه: صنایع قطعه سازی، ماشین سازی و خودرو سازی تبریز). مجله مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد

سنندج، ۳۳-۱۷. <https://doi.org/10.30495/imj.2021.682780>

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. (۱۳۹۹). اقتصاد دیجیتال (۴): بررسی وضعیت موجود اکوسیستم اقتصاد دیجیتال در کشور. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.



ملکی مین باش، مرتضی و شهریار، مهری (۱۳۹۶). استفاده از شبکه های اجتماعی برای کسب و کار در ایران: چالش‌ها و فرصت‌ها. مجله جهانی رسانه ۱۲(۲)، ۹۲-۱۱۱.
میرزازاده، زهراسادات، کشتی دار، محمد و رحمان پور، عادل (۱۴۰۰). شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر رشد استارت آپ های دانشجویان علوم ورزشی کشور با استفاده از تکنیک تحلیل شبکه (ANP). فصلنامه علمی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۹(۴)، ۷۱-۹۰.
<https://doi.org/10.30473/arsm.2021.7625>

ندافی، راضیه و احمدوند، مصطفی (۱۳۹۶). شناسایی و اولویت بندی پیشران‌های توسعه کسب و کارهای نوپا (استارت آپ‌ها) با استفاده از روش شناسی کیو. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کسب و کار آفرینی، ۱۰(۳)، ۵۱۷-۵۳۴.
<https://doi.org/10.22059/jed.2018.236443.652249>

- Braun, V., & Victoria, C. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology* 3(2), 77-101.
- K. Wardhani, F., & Dini, A. (2020). Strategy Formulation Using SWOT Analysis, SPACE Matrix And QSPM: A Conceptual Framework. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*.
- Ryu, J., & Byeon, S. C. (2011). Technology level evaluation methodology based on the technology growth curve. *Technological Forecasting & Social Change*, 1049-1059.
- Smith, R., & Sharif, N. (2007). Understanding and acquiring technology assets for global competition. *Technovation*, 643-649.

COPYRIGHTS

©2024 by the authors. Published by The National Defense University. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

