فصلنامه
سیاست‌نامهٔ علم و فناوری
دورهٔ ۱۶، شمارهٔ ۲، تابستان ۱۴۰۵

مقالهٔ پژوهشی

صفحات ۵-۲۶

طراحی مدل راهبردی توسعهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی برای تقویت کارآفرینی دیجیتال (مورد مطالعه: استان کرمانشاه)

: 20.1001.1.24767220.1405.16.2.1.6

معصومه آینه[۱]
مهدی حسین پور[۲]

چکیده

فناوری‌های نوین ارتباطی با راه‌اندازی بسترهای دیجیتال فرصت‌های بی‌سابقه‌ای برای کارآفرینی دیجیتال فراهم کرده‌اند و قادرند در مقام موتور محرکهٔ توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی در استان کرمانشاه عمل کنند. این پژوهش با هدف طراحی الگوی راهبردی توسعهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی برای تقویت کارآفرینی دیجیتال در استان کرمانشاه با رویکرد آمیخته و روش داده‌بنیاد انجام شده است. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۱ نفر از مدیران کسب‌وکارهای آنلاین و استادان رشته‌های مهندسی فناوری اطلاعات، مدیریت فناوری و کارآفرینی استان کرمانشاه گردآوری و با روش استراوس و کوربین تحلیل شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد عوامل اثرگذار در این الگو عبارت‌اند از: ۱. عوامل علّی (شبکه‌های قدرتمند برای زندگی دیجیتال و ...)؛ ۲. عوامل مداخله‌گر (پایه‌های قدرتمند دنیای دیجیتال و ...)؛ ۳. عوامل زمینه‌ای (گشودن درهای سرمایه برای رشد و ...)؛ ۴. عوامل پدیده‌محور (فناوری‌های نوین ارتباطی با توجه به اثر کارآفرینی دیجیتال)؛ ۵. راهبردها (فرایندهای هوشمند با فناوری‌های پیشرفته و ...)؛ ۶. پیامدها (بهبود کارایی با کاهش هزینه‌ها و ...). همچنین، با بهره‌گیری از فناوری‌هایی مانند اینترنت اشیا، هوش مصنوعی و بلاکچین می‌شود مشکلات استان کرمانشاه را در حوزه‌های کشاورزی، صنعت و گردشگری کاهش داد و فرصت‌های جدیدی برای کارآفرینان طرح‌ریزی کرد.

واژگان کلیدی: فناوری، کارآفرینی، اقتصاد، تجارت الکترونیک

تاریخ دریافت: ۱۶ فروردین ۱۴۰۴ | **تاریخ بازنگری: ۷ تیر ۱۴۰۴** | **تاریخ پذیرش: ۱۲ مرداد ۱۴۰۴**

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکدهٔ علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
۲. استادیار گروه کارآفرینی، دانشکدهٔ فناوریهای راهبردی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران (نویسندهٔ مسئول)؛ M.hosseinpour@razi.ac.ir

مقدمه

امروزه جهان، به‌ویژه منطقهٔ آسیا، شاهد تحولات سریع و گسترده‌ای در ابعاد اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، زیست‌محیطی و فناورانه است. ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی، هوش مصنوعی و اینترنت اشیا، ساختار تعاملات و ارتباطات را دگرگون کرده و مرزهای زمان و مکان را درنوردیده است، به گونه‌ای که ارتباطات انسانی را به سطحی بی‌سابقه ارتقا داده است. این پدیده‌های نوظهور که با سرعتی شگفت‌انگیز در حال گسترش‌اند، بنا بر آمار و تحقیقات، در آینده‌ای نزدیک به طور کامل در سراسر جهان فراگیر خواهند شد و تأثیرات عمیقی بر جنبه‌های مختلف زندگی بشر خواهند گذاشت. همچنین، این تحولات فرصت‌ها و مسائل بی‌بدیلی را پیش روی جوامع قرار داده و لزوم تطبیق و آمادگی برای مواجهه با این تغییرات را بیش از پیش آشکار ساخته‌اند (Pourkhayat et al., 2022). در دنیای معاصر، کشورها برای تأمین سرمایه و توسعهٔ زیرساخت‌های اساسی لازم برای رشد و رشد اقتصادی، کسب فناوری‌های نوین، گسترش فرصت‌های شغلی و اهداف مشابه، ناگزیر از برنامه‌ریزی برای جلب و جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی‌اند. به‌کارگیری فناوری‌های نوین ارتباطی در چند دههٔ اخیر یکی از مهم‌ترین راهکارهای کشورهای جهان برای دستیابی به این اهداف بوده است (Heidari et al., 2022).

فناوری‌های اطلاعاتی به یاری کارآفرینی آمده و زمینه‌ساز ظهور مفهومی جدید به نام کارآفرینی دیجیتال شده‌اند. در عصر حاضر، کارآفرینی دیجیتال با شیوه‌ای نوین در کسب‌وکار بستری مناسب برای رشد و توسعهٔ اقتصادی به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه فراهم می‌کند. این پدیدهٔ نوظهور که با بهره‌گیری از دارایی‌های فناورانه مانند اینترنت و فناوری اطلاعات شکل گرفته است، فرصت‌های متعددی را برای فعالیت‌های کارآفرینانه از طریق دیجیتالی شدن فراهم می‌کند (Le Dinh et al., 2018). در حال حاضر، تمرکز اصلی بر کارآفرینی دیجیتال است، زیرا فناوری‌های دیجیتال پیشرفته در رشد و توسعهٔ کسب‌وکارهای دیجیتال تأثیر کلیدی می‌گذارند. در اقتصاد مبتنی بر دانش سازمان‌ها برای بهبود ساختار و افزایش توان رقابت در سطح بین‌المللی از فرایند دیجیتالی‌سازی در کسب‌وکار خود استفاده می‌کنند (Fard et al., 2021). ویژگی‌های فرصت‌های دیجیتال در کارآفرینی مفهومی گسترده است که توسعهٔ اینترنت و شیوه‌های نوین کسب‌وکار را دربرمی‌گیرد. تجارت آنلاین یکی از پیامدهای منحصربه‌فرد گسترش اینترنت در حوزه‌های مختلف کسب‌وکار از طریق سکوهای آنلاین و نیز منابع مالی و ساختارهای پشتیبانی مانند شتاب‌دهنده‌ها و مراکز رشد کسب‌وکار پیشرفت‌های چشمگیری را به همراه داشته است. این پیشرفت‌ها نقش آموزش کارآفرینی را در شکل‌دهی به بوم‌سازگان (اکوسیستم) کارآفرینی آشکار کرده‌اند (Khodadadeh et al., 2022). در واقع، کارآفرینی دیجیتال رویکردی نوین و کم‌هزینه در راه‌اندازی کسب‌وکارهاست که به علت انعطاف‌پذیری و کاهش موانع ورود افراد بیشتری جذب آن می‌شوند. دیجیتالی شدن جنبه‌های گوناگون زندگی مانند تجارت، بازاریابی، آموزش، ارتباطات و حمل‌ونقل تحولات گسترده‌ای پدید آورده و دسترسی به بازارهای جهانی و خدمات نوآورانه را ممکن ساخته است. کارآفرینی دیجیتال هم به رشد اقتصادی کمک می‌کند و هم با فراهم کردن فرصت‌های شغلی و توسعهٔ فناوری در پیشرفت جامعه نیز بسیار تأثیرگذار است، به گونه‌ای که موفقیت در این حوزه مستلزم یادگیری مهارت‌های دیجیتال و تطبیق با تغییرات سریع بازار است. به عبارتی دیگر، در دنیای امروز کارآفرینی دیجیتال ضرورتی راهبردی برای بقا و رشد محسوب می‌شود (Keshavarz et al., 2019). فناوری‌های نوین ارتباطی با پدید آوردن بسترهای دیجیتال دسترسی به بازارهای گسترده‌تر را تسهیل کرده و هزینه‌های راه‌اندازی کسب‌وکارها را کاهش داده‌اند. به‌ویژه سکوهای تجارت الکترونیک و شبکه‌های اجتماعی برای کارآفرینان این منطقه امکانی فراهم کرده‌اند تا محصولات و خدمات خود را فراتر از مرزهای محلی عرضه کنند. علاوه بر این، دسترسی به منابع آموزشی آنلاین و دوره‌های مهارت‌افزایی دیجیتال توانایی کارآفرینان و جوانان را در استفاده از ابزارهای نوین افزایش داده است. با این حال، مشکلاتی مانند ضعف زیرساخت‌های ارتباطی در برخی مناطق، کمبود مهارت‌های دیجیتال، محدودیت منابع مالی و فقدان آگاهی از فرصت‌های دیجیتال همچنان موانعی در مسیر توسعهٔ کارآفرینی دیجیتال در استان کرمانشاه به شمار می‌آیند. با توجه به هدف اصلی پژوهش (طراحی الگوی راهبردی توسعهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی برای تقویت کارآفرینی دیجیتال (مورد مطالعه: استان کرمانشاه)، پرسش‌های اصلی این‌گونه مطرح می‌شوند:

۱. الگوی راهبردی توسعهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی برای تقویت کارآفرینی دیجیتال در استان کرمانشاه چگونه است؟

۲. مؤلفه‌ها و ابعاد اصلی تشکیل‌دهندهٔ این الگو کدام‌اند؟

۱. مبانی نظری

تحولات گستردهٔ سال‌های اخیر در حوزهٔ فناوری اطلاعات و ارتباطات «عصر اطلاعات» را شکل داده‌اند و همچنان به پیشرفت آن کمک می‌کنند. این تحولات که تأثیرات عمیقی بر جوامع و فرهنگ‌ها گذاشته‌اند حاصل تلاش‌های بی‌شمار افراد به‌ویژه کارآفرینان هستند. کارآفرینان حوزهٔ اطلاعات با درک شرایط ویژهٔ عصر اطلاعات نیازها و الزامات این دوره را شناسایی و با روش‌های خلاقانهٔ خود بسترهای لازم را برای آن فراهم می‌کنند. ظهور فناوری‌های نوین نیز تا حد زیادی نتیجهٔ فعالیت‌های کارآفرینانه است. اینترنت در جایگاه بزرگ‌ترین و

قدرتمندترین شبکهٔ ارتباطی جهان نمونه‌ای بارز از دستاوردهای کارآفرینی در این حوزه است (Sarfarazi et al., 2019). همچنین، فناوری اطلاعاتی و ارتباطی از زمان ظهور به علت تأثیرات عمیق بر کسب‌وکار و اقتصاد جهانی به عاملی کلیدی در پیشرفت تبدیل شده است. امروزه، کارآفرینان به‌طور گسترده از امکانات فناوری اطلاعات برای رشد و نوآوری استفاده می‌کنند. این فناوری با ویژگی‌هایی مانند افزایش سرعت و دقت، کاهش هزینه‌ها، شفافیت فرایندها و امکان کار از راه دور کارآفرینی را بسیار انعطاف‌پذیر کرده‌اند. در واقع، فناوری اطلاعات مانند موتور محرک کارآفرینی و رشد اقتصادی، بسترهای دیجیتال را برای ظهور کسب‌وکارهای نوآور و پایدار فراهم می‌کند (Ghase-mzadeh and Salatin, 2019). بنا به نظر اغلب متخصصان، راه‌حل در پیشرفت فناوری و اقتصاد کارآفرینی دیجیتال است. از این رو، کارآفرینی دیجیتال به کارگیری فناوری‌های دیجیتال در هستهٔ کسب‌وکار و استفاده از قدرت آن‌ها برای خلق ارزش، رشد، نوآوری و اشتغال‌زایی تعریف شده است. همچنین در سال‌های اخیر، کارآفرینی دیجیتال به پدیده‌ای مهم و جهانی تبدیل شده است، به گونه‌ای که به‌مثابهٔ ضرورتی برای رشد، تمایز و کسب مزیت رقابتی در سطح شرکت، منطقه و کشور شناخته شده است. محققان بیان می‌کنند حوزهٔ کارآفرینی دیجیتال در مقایسه با حوزه‌هایی مانند اقتصاد و مدیریت هنوز در مراحل اولیه رشد خود قرار دارد (Dide Khani et al., 2023).

نگاه واقع‌گرایان به توسعهٔ فناوری‌های نوینِ ارتباطی نگاهی کاملاً ابزاری است. با این حال، گسترش فناوری اطلاعات در دهه‌های ۱۹۴۰ تا ۱۹۶۰ علاوه بر دولت‌ها، توانمندی فعالان جنبش‌های اجتماعی فراملی و حوزهٔ گردشگری را افزایش داد (Rosena, 2017). نظریه‌پردازان رئالیسم ساختاری تحولات ساختاری در سیاست جهان، از جمله تجزیه و فروپاشی شوروی و تغییر جهت بسیاری از کشورهای در حال توسعه را از نظام اقتدارگرا به سمت مردم‌سالاری نتیجه تغییرات اساسی در ساختار تولید، فناوری، ارتباطات و تحولات نظام بین‌الملل می‌دانند (Borjalizadeh et al., 2020). فناوری اطلاعات و ارتباطات برای توسعه به کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در زمینه‌های توسعهٔ اجتماعی و اقتصادی، توسعهٔ بین‌المللی و حقوق بشر اشاره می‌کند. بر اساس این نظریه، افزایش کمی و کیفی اطلاعات و ارتباطات در جامعه به توسعهٔ بیشتر آن کمک می‌کند (Wu et al., 2018). این مبحث بـه مکتبی فکری بازمی‌گردد که استفاده از فناوری برای توسعه را پیشنهاد می‌کند. پایه‌های نظری آن را می‌توان در نظریهٔ تکامل اجتماعی ـ اقتصادی شومپیتر[1] (1912) جست‌وجو کرد؛ فرایندی پی‌درپی از تحولات خلاقانه که به نوسازی شیوهٔ عمل در کلیت جامعه، شامل حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی منجر می‌شود. موتور محرک این فشار پیاپی برای تحول خلاقانه تغییرات فناوری است (Njoh, 2018).

کارآفرینی دیجیتال به معنای به‌کارگیری فناوری‌های دیجیتال و اینترنت برای خلق کسب‌وکارهای جدید یا بهبود کسب‌وکارهای قدیمی است. امروزه، در پرتو پیشرفت فناوری‌هایی مانند اینترنت و فضای مجازی، کارآفرینی دیجیتال خیلی مهم شده است. شرکت‌ها و سازمان‌ها برای رقابت در دنیای امروز باید از این فناوری‌ها بهره برند و کارهای خود را دیجیتالی کنند. کارآفرینی دیجیتال محدود به شرکت‌های فناوری اطلاعات نیست و همهٔ صنایع را در بر می‌گیرد (Ratten, 2018؛ Tumbas et al., 2018). همچنین، ضمن فراهم‌سازی فرصت‌های شغلی فراوان در حوزه‌های گوناگون مانند تجارت، حمل‌ونقل، هتلداری و زیرساخت‌های فناوری باعث رشد اقتصادی در سطح محلی، منطقه‌ای و کشوری نیز می‌شود. به عبارت دیگر، گسترش جهانی کارآفرینی دیجیتال محصول استفاده از فناوری‌های جدید مانند اینترنت، فضای مجازی و ابزارهای اطلاعاتی است. این فناوریها به رشد و موفقیت کسب‌وکارها در بازار جهانی کمک می‌کنند (Tavazoeifar et al., 2019). کارآفرینی دیجیتال از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است، چراکه پیشرفت‌های فناوری و توسعهٔ زیرساخت‌ها فرصت‌های متنوعی را در اختیار کارآفرینان قرار می‌دهد. پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهند استفاده از فناوری‌های دیجیتال به‌طور فزاینده‌ای در حال گسترش است و بیش از پیش به مزایای آن توجه شده است. این تحولات به افزایش آگاهی کارآفرینان و تمرکز بیشتر بر توسعهٔ دیجیتال یاری رسانده است (Kraus et al., 2019؛ Ladeira et al., 2019). همچنین، این الگوی نوین کسب‌وکار به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه بستری مناسب برای رشد و پیشرفت اقتصادی فراهم کرده و از طریق دیجیتالی‌سازی فرصت‌های گسترده‌ای را برای فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم کرده است. در نهایت، کارآفرینی دیجیتال ماهیت پراکنده و متنوع تحقیقات در حوزهٔ کارآفرینی و مدیریت را به ارث برده و ادامه می‌دهد (Panahzadeh Khanumiri et al., 2020).

پیشرفت‌های چشمگیر در حوزهٔ فناوری اطلاعات و ارتباطات «عصر اطلاعات» را پدید آورده و کارآفرینان با ایده‌ها و روش‌های نوآورانه زمینه‌های پیشرفت آن را فراهم کرده‌اند. فناوری‌های نوین با افزایش سرعت فرایندها، کاهش هزینه‌ها و امکان دورکاری در عرصهٔ کارآفرینی بسیار انعطاف‌پذیری پدید آورده‌اند و مانند نیروی محرکهٔ رشد اقتصادی عمل می‌کنند. همچنین، کارآفرینی دیجیتال که بر پایهٔ فناوری‌های دیجیتال و اینترنت استوار است به پدیده‌ای جهانی و تأثیرگذار بدل شده و فرصت‌های شغلی

۱. Schumpeter

گوناگونی را در سطوح محلی، منطقه‌ای و جهانی خلق کرده است. این حوزه هنوز در مراحل ابتدایی رشد خود قرار دارد، اما از ظرفیت بسیاری برای خلق نوآوری و برتری رقابتی برخوردار است، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه بستری مناسب برای دستیابی به توسعهٔ پایدار اقتصادی فراهم می‌کند (Jafari and Borjalizadeh, 2024).

پژوهش‌ها نشان می‌دهد در حوزهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی پنج عامل در ظهور کنشگران جدید در عرصهٔ بین‌الملل تأثیرگذارند: ۱. شبکه‌های اجتماعی (تحت وب و موبایل)؛ ۲. روزنامه‌نگاری سایبری؛ ۳. فضای مجازی؛ ۴. شبکه‌های ماهواره‌ای؛ ۵. اینترنت. با این حال، این تأثیرگذاری‌ها یکسان نیست و اینترنت و فضای مجازی سهم بیشتری دارند (Sarfarazi et al., 2019). همچنین، سرفرازی[1] و همکاران (2019) در تبیین فناوری اطلاعات و ارتباطات به‌مثابهٔ عاملی کلیدی و اثرگذار در استقرار کارآفرینی الکترونیک بیان می‌کنند کارآفرینی به‌شدت به زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات وابسته است. در واقع، فعالیت‌های کارآفرینانه با شناخت نیازها و خلق ایده باعث تولد فناوری‌ها می‌شوند. به عبارت دیگر، کارآفرینی موتور توسعهٔ فناوری اطلاعات و خلق فناوری‌های جدید است، به گونه‌ای که فعالیت‌ها، مشاغل، فرهنگ‌ها و همه تحت‌تأثیر فناوری اطلاعات متحول شده‌اند. بی‌شک کارآفرینی سهم عمده و عملکرد ویژه‌ای در توسعهٔ فناوری اطلاعات دارد، این فناوری نیز به نوبهٔ خود در کارآفرینی تأثیرگذار بوده و «کارآفرینی مدرن» را پدید آورده است. جمشیدی[2] و همکاران (2019) در بررسی تأثیر انقلاب فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در دگرگونی و تحول مفهوم «دولت» دریافتند که دولت پدیده‌ای انسانی و مدنی است و با بقای انسان و مدنیت باقی می‌ماند، اما تحت‌تأثیر فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی دو رکن مهم «اطلاعات» و «حکمرانی» جایگاه مهمی را در کنار عناصر سنتی دولت یافته و به ارکان بنیادین دولت تبدیل شده‌اند. افزون بر این، قاسم‌زاده و سلاطین[3] (2019) در مطالعهٔ تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در کارآفرینی دریافتند فاوا[4] تأثیری مثبت و معنادار در کارآفرینی در گروه کشورهای منتخب دارد. میزان تأثیرگذاری ضریب نفوذ تلفن همراه در کارآفرینی گروه کشورهای منتخب با «درآمد متوسط و کارایی‌محور» بیشتر از گروه کشورهای منتخب با «درآمد زیاد و نوآورمحور» است. در حالی که میزان تأثیرگذاری ضریب نفوذ اینترنت در کارآفرینی گروه کشورهای منتخب با «درآمد زیاد و نوآورمحور» بیشتر از گروه کشورهای منتخب با «درآمد متوسط و کارایی‌محور» است. ازاین‌رو، افزایش سرمایه‌گذاری در فاوا و فراهم کردن بسترهای لازم برای گسترش استفاده از فاوا در فرایند کسب‌وکار، تأسیس و توسعهٔ بانک‌های خصوصی (ویژهٔ توسعهٔ کارآفرینی) و طرح‌ریزی و گسترش مراکز کارآفرینی پیشنهاد می‌شود.

سولیستیوواتی[5] (2021) در پژوهش خود تأثیر سواد کارآفرینی و سواد دیجیتال را بر کنشگران تجاری بررسی می‌کند، کنشگرانی که بر راهبردهای حفظ شرکت‌های تولیدی کوچک و متوسط تأثیرگذارند. پژوهش او با روش‌های توصیفی ـ کیفی و با استفاده از مشاهده، اسناد، مدارک و مصاحبه انجام شده است و از نوع تحقیقات میدانی است. همچنین در این پژوهش، تأثیر سواد کارآفرینی در جایگاه عاملی مهم برای رشد و توسعه بررسی شده است. سولوک[6] و همکاران (2021) در مقالهٔ خود با عنوان «چگونه استفاده از فناوری‌های دیجیتال به استفاده از پشتیبانی دریافت‌شده از خانواده و افراد جامعه برای ابتکارات کارآفرینی کمک می‌کند؟» دریافتند حمایت از خانواده و جامعه تأثیر مثبتی در کارآفرینی شرکت‌های کوچک روستایی هند می‌گذارد و فناوری‌های دیجیتال فرصت‌های منحصربه‌فرد کارآفرینی را برای غلبه بر مسائل اصلی فقر در بازارهای نوظهور فراهم می‌کند. الیا[7] و همکاران (2020) در مقاله‌ای با عنوان «اکوسیستم کارآفرینی دیجیتال ـ چگونه فناوری‌های دیجیتال و هوش جمعی روند کارآفرینی را تغییر می‌دهد؟» نتیجه گرفتند ارائهٔ چهارچوب زیست‌بوم کارآفرینی دیجیتال به همراه ابعاد و شاخص‌ها از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار است. چواکه[8] و همکاران (2020) عملکرد فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در توسعهٔ پایدار اتحادیه اروپا را مطالعه کردند و با استفاده از داده‌های اولیه و برازش مدل رگرسیونی[9] نشان دادند به‌کارگیری فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعات نابرابری درآمد اجتماعی را کاهش می‌دهد. موره و اوموجولا[10] (2018) اثر فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی را در توسعهٔ کارآفرینی در پایتخت نیجریه مطالعه کردند. به کمک ابزار پرسش‌نامه با ۳۰۰ نفر از مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط در پایتخت نیجریه مصاحبه کردند. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که استفاده از پیام‌رسان واتساپ به دست‌یابی بیشتر به بازار و بهبود روابط مشتری منجر می‌شود. همچنین، استفاده از رسانه‌های اجتماعی

1. Sarfarazi
2. Jamshidi
3. Ghasemzadeh and Salatin
۴. فناوری اطلاعات و ارتباطات
5. Sulistyowati
6. Soluk
7. Elia
8. Cioacă
9. Regression Model Fitting
10. Morah and Omojola

مؤلفه‌ای از راهبرد رشد اقتصادی در میان مدیران است.

نوآوری و ارزش‌آفرینی فناوری‌های نوینِ ارتباطی در کارآفرینی دیجیتال در استان کرمانشاه بسیار تأثیرگذار بوده است. با گسترش دسترسی به اینترنت پرسرعت و ابزارهای دیجیتال فرصت‌های جدیدی برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای آنلاین و توسعهٔ خدمات فناورانه در این منطقه فراهم شده است. این فناوری‌ها به کارآفرینان محلی امکان داده‌اند تا با صرف هزینه‌های کمتر بازارهای گسترده‌تری را هدف قرار دهند و از طریق سکوهای دیجیتال به مشتریان بیشتری دسترسی داشته باشند. همچنین، به‌کارگیری این ابزارها به افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌های عملیاتی و بهبود کیفیت خدمات انجامیده است. در مقایسه با مطالعات قبلی، تحقیقات اخیر نشان می‌دهد کارآفرینی دیجیتال در استان کرمانشاه با شتاب بیشتری در حال رشد است و عملکرد فناوری‌های ارتباطی در این فرایند بسیار مؤثر است. در حالی که مطالعات گذشته بیشتر بر موانع زیرساختی و فرهنگی متمرکز بودند، پژوهش‌های جدید تأثیر مثبت فناوری‌هایی مانند اینترنت اشیا، هوش مصنوعی و بلاک‌چین را در راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوآورانه بررسی کرده‌اند. علاوه بر این، همکاری بین بخش‌های دولتی و خصوصی برای توسعهٔ زیست‌بوم کارآفرینی دیجیتال در کرمانشاه نیز بهبود یافته است. این تحولات نشان می‌دهد استان کرمانشاه به‌تدریج در حال تبدیل شدن به یکی از قطب‌های کارآفرینی دیجیتال در غرب ایران است.

۲. روش پژوهش

پژوهش حاضر با به‌کارگیری رویکرد کیفی و با استفاده از روش نظریهٔ داده‌بنیاد[1] در قالب چهارچوب روش‌شناختی طراحی و اجرا شده است. در گام نخست، با استفاده از روش اسنادی و کتابخانه‌ای مبانی نظری و پیشینهٔ پژوهش در سطح ملی و بین‌المللی به‌صورت جامع و نظام‌مند بررسی شد. در این فرایند، منابع متنوعی شامل کتب تخصصی، مقاله‌های علمی معتبر، گزارش‌های پژوهشی، مطبوعات، پایگاه‌های اطلاعاتی، وبلاگ‌ها و خبرگزاری‌ها تحلیل شدند تا چهارچوبی نظری و منسجم برای پژوهش شکل گیرد. در ادامه، گردآوری داده‌ها با ترکیبی از روش‌های اسنادی ـ کتابخانه‌ای، مشاهدهٔ میدانی و مصاحبه انجام شد. در بخش کیفی، مصاحبهٔ نیمه‌ساختاریافته به‌مثابهٔ ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها به کار گرفته شد. جامعهٔ آماری این پژوهش شامل مدیران کسب‌وکارهای آنلاین، استادان رشته‌های مهندسی فناوری اطلاعات، مدیریت فناوری و استادان گروه کارآفرینی استان کرمانشاه است. به منظور انتخاب مشارکت‌کنندگان، از روش نمونه‌گیری هدفمند (گلولهٔ برفی) با تکیه بر اشباع نظری استفاده شد که در نهایت یازده نفر برای نمونه انتخاب شدند. به منظور تحلیل داده‌ها، مراحل سه‌گانهٔ کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) استفاده شد تا الگوها و مفاهیم کلیدی استخراج و نظام‌مند شوند. همچنین، به منظور اطمینان از اعتبار و پایایی پژوهش از روش‌های تطبیق اعضا[2] و توافق درون‌موضوعی[3] استفاده شد تا یافته‌ها بازتابی دقیق از واقعیت‌های موجود باشد. در نهایت، این پژوهش با طراحی الگویی جامع در حوزهٔ توسعهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی برای تقویت کارآفرینی دیجیتال استان کرمانشاه گامی مؤثر در زمینهٔ توسعهٔ دانش نظری و عملی این حوزه برداشته است.

۳. یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش کیفی در قالب توزیع ویژگی جمعیت‌شناختی گروه نمونه، طبقات، مفاهیم یا مضامین اصلی و زیرمجموعهٔ آن‌ها، همراه با نقل‌قول‌های مستقیم شرکت‌کنندگان یا داده‌های اولیه ارائه و تبیین می‌شوند.

1. Grounded Theory

2. Member Checking

3. Inter-Coder Agreement

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

ردیف	جامعهٔ موردمطالعه	سن	جنسیت	سابقهٔ کاری	مدرک تحصیلی	رشتهٔ تخصصی	تعداد نمونه
۱	مدیران کسب‌وکارهای آنلاین	۴۱	مرد	۵	کارشناسی‌ارشد	مدیریت کسب‌وکار	۲
		۳۸	مرد	۱۵	کارشناسی‌ارشد	تجارت الکترونیک	
۲	استادان رشته‌های مهندسی فناوری اطلاعات	۴۳	مرد	۸	دکتری تخصصی	هوش مصنوعی و یادگیری ماشین	۳
		۳۷	زن	۶	دکتری تخصصی	مهندسی نرم‌افزار	
		۳۵	زن	۹	دکتری تخصصی	هوش مصنوعی	
۳	استادان گروه مدیریت فناوری	۵۰	زن	۳	دکتری تخصصی	سیستم‌های اطلاعات مدیریت	۳
		۴۹	مرد	۷	دکتری تخصصی	مدیریت نوآوری و فناوری	
		۴۲	مرد	۶	دکتری تخصصی	سیستم‌های اطلاعات مدیریت	
۴	استادان گروه کارآفرینی	۴۲	مرد	۷	دکتری تخصصی	کارآفرینی دیجیتال	۳
		۳۸	مرد	۱۲	دکتری تخصصی	کارآفرینی فناورانه	
		۴۴	مرد	۱۱	دکتری تخصصی	کارآفرینی دیجیتال	

طبق جدول ۱، تعداد ۸ نفر (۷۳ درصد) مرد و ۳ نفر (۲۷ درصد) زن هستند که نشان می‌دهد نسبت مردان به زنان تقریباً دو برابر است. موضوعی که نشان‌دهندهٔ مشارکت بیشتر مردان در حوزهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی و تأثیر آن بر کارآفرینی دیجیتال است. بیشترین فراوانی سنی مربوط به ردهٔ ۴۰ تا ۴۵ سال با ۳۶ درصد است. این موضوع نشان می‌دهد بیشتر پاسخ‌دهندگان در سنین میان‌سالی فعالیت می‌کنند. دوره‌ای که معمولاً زمان پویایی برای تثبیت کسب‌وکارها محسوب می‌شود. همچنین، ۸۲ درصد مدرک دکترای تخصصی دارند که نشان می‌دهد سطح تحصیلات بالاتر به راه‌اندازی فناوری‌های نوین ارتباطی کمک می‌کند و بر کارآفرینی دیجیتال مؤثر است. سابقهٔ کاری حدود ۵۴ درصد از شرکت‌کنندگان در محدودهٔ بین ۵ تا ۱۰ سال است و رشته تخصصی افراد نیز بیانگر تسلط آن‌ها بر موضوع پژوهش است.

به منظور ارزیابی اعتبار سؤالات مصاحبه از روش توافق درون‌موضوعی استفاده شد. ازاین‌رو، از یکی از استادان مجرب گروه کارآفرینی که تخصص کافی در زمینهٔ تحلیل مضمون داشت برای جایگاه ارزیاب دوم به پژوهش دعوت شد. پژوهشگر و این ارزیاب به صورت مستقل سه مصاحبه را بررسی و با استفاده از فرمول محاسبهٔ درصد توافق (به شرح زیر)، درصد همخوانی بین کدگذاری‌های انجام‌شده را محاسبه کردند. این رویکرد به منظور افزایش دقت و اعتبار نتایج پژوهش و اطمینان از انسجام در تحلیل داده‌ها انجام شد.

$$\text{درصد توافق درون‌موضوعی} = \frac{2M}{N1 + N2}$$

M: تعداد کدهای مشترک میان دو کدگذار

N۱: تعداد کدهای شناسایی‌شده به وسیلهٔ کدگذار ۱

N۲: تعداد کدهای شناسایی‌شده به وسیلهٔ کدگذار ۲

فرمول ۱: روش محاسبه پایایی بین دو شناسه‌گذار (Babaee Farsani et.al, 2018)

جدول ۲: محاسبهٔ پایایی بین دو شناسه‌گذار

ردیف	عنوان	تعداد کل شناسه‌ها	تعداد توافق‌ها	تعداد مغایرت‌ها	پایایی آزمون
۱	مصاحبهٔ سوم	۱۳	۵	۶	۴۴٪
۲	مصاحبهٔ هفتم	۱۸	۱۱	۴	۶۱٪
۳	مصاحبهٔ نهم	۲۸	۱۰	۷	۹۵٪
	جمع کل	۵۹	۲۶	۱۷	۶۶٫۶٪

بر اساس جدول ۲، کل شناسه‌های ثبت‌شده به وسیلهٔ پژوهشگر و همکار ۵۹ شناسه است. از این تعداد ۲۶ توافق و ۱۷ مغایرت ثبت شده است. از آنجا که ضریب پایایی بیش از ۶۰ درصد معتبر است، پایایی کل این پژوهش نیز ۶۶٫۶ درصد است که نشان‌دهنده اعتبار لازم است.

تجزیه‌وتحلیل و کدگذاری مصاحبه‌ها با استفاده از روش نظریهٔ داده‌بنیاد به صورت نظام‌مند و در سه مرحلهٔ کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) انجام شد. این فرایند به منظور استخراج مفاهیم پایه، شناسایی ارتباط بین مقوله‌ها و شکل‌دهی به نظریه‌ای مستحکم و مبتنی بر داده‌های جمع‌آوری‌شده طراحی شده است. هر مرحله از کدگذاری با دقت و توجه به جزئیات پیش رفته تا تحلیل نهایی از عمق و اعتبار لازم برخوردار باشد.

کدگذاری باز: در مرحلهٔ نخست، مصاحبه‌های عمیق با مشارکت‌کنندگان انجام و متن مصاحبه‌ها با دقت فراوان بررسی شد. در این فرایند، کلمات، عبارات و مفاهیمی استخراج شدند که بازتاب‌دهندهٔ تجربه‌های کلیدی و بینش‌های ارزشمند در زمینهٔ طراحی الگوی راهبردی توسعهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی برای تقویت کارآفرینی دیجیتال در استان کرمانشاه بودند. پس از تحلیل جامع پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان و حذف عبارات تکراری یا کم‌اهمیت، در مجموع ۵۹ کد اولیه شناسایی و دسته‌بندی شدند. این کدها نشان‌دهندهٔ مفاهیم پایه‌ای و عناصر کلیدی بودند که در ادامهٔ فرایند تحلیل به کار گرفته شد.

کدگذاری محوری: در این مرحله، کدهای اولیه با رویکردی نظام‌مند تجمیع شدند تا مقوله‌های محوری و هسته‌ای شکل گیرند. این فرایند شامل گروه‌بندی کدهای مشابه و شناسایی ارتباط میان آن‌ها بود. در جدول ۳ فهرست کامل این مقوله‌ها به همراه فراوانی هر یک آورده شده است. پژوهشگران برای تعیین مقوله‌های اصلی حداقل فراوانی شش را ملاک قرار دادند که معادل نصف تعداد مصاحبه‌شوندگان بود تا فقط مقوله‌هایی با پشتوانهٔ داده‌ای قوی انتخاب شوند. تمامی مقوله‌های نهایی دارای فراوانی شش یا بیشتر بودند که نشان‌دهندهٔ اهمیت و تکرارپذیری آن‌ها در داده‌هاست. در نهایت، بدون در نظر گرفتن پدیدهٔ محوری و پس از فرایند تحلیلی دقیق، نوزده کد محوری استخراج شد که پایه‌ای برای مراحل بعدی پژوهش و توسعهٔ الگوی مفهومی شد. این کدهای محوری چهارچوبی ساختاریافته برای درک عملکرد فناوری‌های نوین ارتباطی در کارآفرینی دیجیتال استان کرمانشاه فراهم کردند.

کدگذاری انتخابی: در این مرحله، طبق الگوی استراوس و کوربین مقولهٔ اصلی مشخص و سایر مقوله‌ها در شش بُعد دسته‌بندی شدند: عوامل علّی، پدیدهٔ محوری، عوامل مداخله‌گر، راهبردها، عوامل زمینه‌ای و پیامدها (Danaeifard and Emami, 2007).

جدول ۳: کدگذاری داده‌ها در سه مرحله

کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
جهش به سوی دنیایی با اینترنت نورانی	شبکه‌های قدرتمند برای زندگی دیجیتال	عوامل علّی
گسترش جهان دیجیتال به دورترین نقاط		
ارتباطات و هزینه‌های هوشمندانه		
تبلیغات هوشمند در دنیای مجازی	فضای تعاملی دیجیتال	
بازار آنلاین با دسترسی نامحدود		
انقلاب ربات‌ها و الگوریتم‌ها	دنیای فناوری‌های بی‌مرز	
شکار فرصت‌ها در اقیانوس داده‌ها		
افزایش امنیت و شفافیت در تراکنش‌های دیجیتال		
اعتماد قلب تپندهٔ دنیای دیجیتال	دیوار دفاعی در برابر تهدیدات سایبری	
حریم امن برای اطلاعات شخصی		
مقابله با کلاهبرداری‌های اینترنتی		
افزایش امنیت سایبری		
پل ارتباطی با دنیای پیشرفته	پایه‌های قدرتمند دنیای دیجیتال	عوامل مداخله‌گر
تحول دیجیتال با سرعت و کیفیت		
دسترسی به بازار جهانی		
همگام‌سازی مهارت‌ها با تحولات فناوری	ارتقای سطح دانش و مهارت‌های دیجیتال	
رشد نامحدود دوره‌های آنلاین		
کارآفرینی در عصر فناوری		
بینش‌های طلایی از دل داده‌های بزرگ		
ترس از ناشناخته‌های دیجیتال	فرهنگ نوین در عصر فناوری	
ترس از تحول و نوآوری		
حمایت از جهش‌های فناورانه		

کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
سرمایه‌گذاری جسورانه برای آینده‌ای روشن	گشودن درهای سرمایه برای رشد	عوامل زمینه‌ای
وام‌های حمایتی برای رشد کسب‌وکارها		
جلب‌اعتماد سرمایه‌گذاران		
دسترسی نابرابر به فرصت‌های مالی		
دسترسی به فناوری‌های پیشرفته	دستیابی به فرصت‌های جهانی	
اشتراک‌گذاری و تبادل دانش و تجربه		
تفاوت‌های فرهنگی و زبانی		
موانع قانونی در همکاری‌های بین‌المللی		
تغییرات اجتماعی و اقتصادی	تغییرات رفتار مصرف‌کننده	
تحول در عادت‌های مصرف‌کنندگان		
خدمات منحصربه‌فرد برای هر مشتری		
بهینه‌سازی فرایندها با فناوری خودکار	فرایندهای هوشمند با فناوری‌های پیشرفته	راهبردها
نرم‌افزارهای هوشمند برای مدیریت پروژه‌ها		
یادگیری ماشین		
ارتقای زیرساخت‌های فناوری اطلاعات	تقویت زیرساخت‌های ارتباطی و دیجیتال	
تأمین سخت‌افزارهای پیشرفته		
تأسیس مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها	راه‌اندازی سکوهای مشترک نوآوری	
تسهیل دسترسی به سرمایه‌گذاری خطرپذیر		
تشویق نوآوری‌های دیجیتال		
همکاری با دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی	توسعهٔ آموزش و مهارت‌های دیجیتال	
توانمندسازی جوانان و زنان		
برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی		
استفاده از سکوهای تجارت الکترونیک	بهبود دسترسی به بازارهای داخلی و بین‌المللی	
بازاریابی دیجیتال		
توسعهٔ صادرات دیجیتال		

کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
بهینه‌سازی نیروی کار با فناوری	بهینه‌سازی پویا	پیامدها
استفادهٔ بهینه از زمان و امکانات		
بهبود کارایی با بهینه‌سازی منابع		
بهره‌وری بیشتر با هزینه‌های کم		
افزایش فرصت‌های شغلی نوین در عصر دیجیتال	فناوری عاملی برای رشد اقتصادی	
تحولات ساختاری در بازار کار		
رشد اقتصادی با ایده‌های نو		
بهبود خدمات راه‌حلی برای رقابت	رقابت عاملی برای پیشرفت	
مزیت رقابتی با فناوری‌های نوین		
دسترسی به منابع و اطلاعات جدید	نوآوری کلید موفقیت	
تحقیق و توسعهٔ راه‌حلی برای رشد		
حامی ایده‌های نو		

روایت داستان‌گونهٔ هر یک از مقوله‌های محوری نشان می‌دهد چگونه توسعهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی برای تقویت کارآفرینی دیجیتال به رشد و توسعهٔ استان کرمانشاه کمک می‌کند.

۱. شبکه‌های قدرتمند برای زندگی دیجیتال: در استان کرمانشاه جوانی به نام علی با ایده‌ای نوآورانه شبکه‌ای قدرتمند از اینترنت پرسرعت در مناطق روستایی را راه‌اندازی کرد. او با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی شبکه‌ای طراحی کرد که علاوه بر تسهیل زندگی دیجیتال برای روستاییان فرصت‌های جدیدی را در حوزهٔ کارآفرینی دیجیتال فراهم کرد. امروز، روستاییان کرمانشاه با اتصال به این شبکه محصولات محلی خود را به بازارهای جهانی عرضه می‌کنند که این امر زندگی‌شان را متحول کرده است.

۲. فضای تعاملی دیجیتال: فاطمه، معلمی جوان از کرمانشاه، با طراحی سکو آموزشی آنلاین فضایی تعاملی برای دانش‌آموزان و معلمان سراسر استان فراهم کرد. این سکو علاوه بر بهبود دسترسی به منابع آموزشی، امکان تبادل دانش و تجربه را میان معلمان و دانش‌آموزان میسر کرد و به یکی از ابزارهای اصلی آموزش در استان تبدیل شده است.

۳. دنیای فناوری‌های بی‌مرز: تیمی جوان از کرمانشاه با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی سکوی برای تجارت الکترونیک طراحی کردند که مرزهای جغرافیایی را درنوردید. این سکو برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط استان امکانی فراهم کرد تا محصولات خود را در سطح جهان عرضه کنند. در حال حاضر، کرمانشاه یکی از قطب‌های تجارت دیجیتال در غرب ایران است.

۴. دیوار دفاعی در برابر تهدیدات سایبری: شرکتی در حوزهٔ فناوری اطلاعات در کرمانشاه با توسعهٔ سیستم امنیتی پیشرفته دیواری دفاعی در برابر تهدیدات سایبری طراحی کرد. این سیستم علاوه بر محافظت از داده‌های کسب‌وکارهای محلی، بستری فراهم می‌کند تا آن‌ها با اطمینان خاطر به فعالیتهای دیجیتال خود ادامه دهند. این شرکت یکی از پیشگامان امنیت سایبری در منطقه است.

۵. پایه‌های قدرتمند دنیای دیجیتال: با حمایت دولت و بخش خصوصی، زیرساخت‌های فناوری اطلاعات در کرمانشاه تقویت شد. این پایه‌های قدرتمند، امکان توسعه کسب‌وکارهای دیجیتال را فراهم کرد و استان را به یکی از مراکز نوآوری در غرب ایران تبدیل کرد. امروز، کرمانشاه با زیرساخت‌های قوی خود، میزبان استارتاپ‌های موفق بسیاری است.

۶. ارتقای سطح دانش و مهارت‌های دیجیتال: مرکزی

آموزشی در کرمانشاه با برگزاری دوره‌های تخصصی در حوزه دیجیتال سطح دانش و مهارت‌های جوانان استان را بهبود بخشید. این مرکز با بسترسازی فرصت‌های شغلی جدید به رشد اقتصاد دیجیتال استان بسیار کمک کرد، به گونه‌ای که بسیاری از فارغ‌التحصیلان این مرکز در شرکت‌های بزرگ فناوری فعالیت می‌کنند.

۷. فرهنگ نوین در عصر فناوری: با تلاش‌های گروهی فرهنگی در کرمانشاه فرهنگ استفاده از فناوری‌های نوین در میان مردم استان نهادینه شد. این گروه با برگزاری کارگاه‌ها و رویدادهای آموزشی، مردم را با مزایای فناوری‌های دیجیتال آشنا کرد. امروزه، کرمانشاه یکی از پیشگامان فرهنگ دیجیتال در ایران شناخته می‌شود.

۸. گشودن درهای سرمایه برای رشد: با راه‌اندازی صندوق سرمایه‌گذاری خطرپذیر در کرمانشاه، مسیر تأمین سرمایه برای استارتاپ‌ها و کسب‌وکارهای نوپا هموار شد. این صندوق با حمایت از ایده‌های نوآورانه به رشد اقتصاد دیجیتال در استان کمک کرد، به گونه‌ای که بسیاری از استارتاپ‌های موفق کرمانشاه مدیون حمایت‌های این صندوق‌اند.

۹. دستیابی به فرصت‌های جهانی: یک شرکت فناوری در کرمانشاه با بهره‌گیری از سکوهای تجارت الکترونیک محصولات خود را به بازارهای جهانی عرضه کرد. این شرکت با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی به فرصت‌های جهانی دست یافت و نام کرمانشاه را در عرصهٔ بین‌المللی مطرح کرد. امروزه، محصولات این شرکت در سراسر جهان شناخته‌شده‌اند.

۱۰. تغییرات رفتار مصرف‌کننده: با گسترش بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی در کرمانشاه، الگوی رفتار مصرف‌کنندگان نیز تغییر کرد. مردم استان ترجیح می‌دهند آنلاین خرید کنند و از خدمات دیجیتال بهره ببرند. این تغییر رفتار فرصت‌های جدیدی را برای کسب‌وکارهای محلی خلق کرده است.

۱۱. فرایندهای هوشمند با فناوری‌های پیشرفته: شرکتی تولیدی در کرمانشاه با بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته فرایندهای تولید خود را هوشمند کرد. این شرکت با بهره‌گیری از اتوماسیون و هوش مصنوعی ضمن ارتقای کارایی، به یکی از پیشگامان صنعت در استان و الگویی برای دیگر کسب‌وکارها تبدیل شد.

۱۲. تقویت زیرساخت‌های ارتباطی و دیجیتال: با سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های ارتباطی، کرمانشاه به یکی از استان‌های پیشرو در حوزهٔ فناوری اطلاعات تبدیل شد. تقویت زیرساخت‌ها علاوه بر فراهم‌سازی بستر توسعهٔ کسب‌وکارهای دیجیتال، استان را به قطب نوآوری در غرب ایران تبدیل کرد. امروزه، کرمانشاه با زیرساخت‌های پیشرفتهٔ خود میزبان استارتاپ‌های موفق بسیاری است.

۱۳. راه‌اندازی سکوهای مشترک نوآوری: با تأسیس مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها در کرمانشاه بستری برای حمایت از استارتاپ‌ها و کسب‌وکارهای دیجیتال فراهم شد. این مراکز با ارائهٔ خدمات آموزش، مشاوره و تأمین مالی به رشد و موفقیت استارتاپ‌ها کمک کردند، به گونه‌ای که بسیاری از آن‌ها به شرکت‌های موفق تبدیل شده‌اند.

۱۴. توسعهٔ آموزش و مهارت‌های دیجیتال: برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی دیجیتال سطح مهارت‌های جوانان کرمانشاه را ارتقا یافت. این دوره‌ها علاوه بر بسترسازی فرصت‌های شغلی جدیدی، به رشد اقتصاد دیجیتال در استان بسیار کمک کرد. امروزه، بسیاری از فارغ‌التحصیلان این دوره‌ها در شرکت‌های بزرگ فناوری مشغول به کارند.

۱۵. بهبود دسترسی به بازارهای داخلی و بین‌المللی: بهره‌گیری از سکوهای تجارت الکترونیک زمینهٔ عرضهٔ کسب‌وکارهای کرمانشاه را در بازارهای داخلی و بین‌المللی فراهم کرد. در نتیجه، فرصت‌های جدیدی برای رشد و توسعهٔ کسب‌وکارها فراهم شد. امروزه، محصولات کرمانشاه در سراسر جهان شناخته شده‌اند.

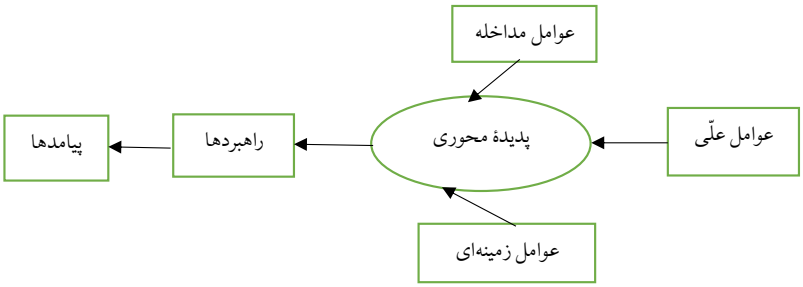
۱۶. بهینه‌سازی پویا: شرکتی تولیدی در کرمانشاه با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین موفق به کاهش هزینه‌ها و ارتقای کارایی شد. همچنین، با بهره‌گیری از اتوماسیون و هوش مصنوعی به یکی از پیشگامان صنعت در استان تبدیل شد، به گونه‌ای که الگویی برای دیگر کسب‌وکارهاست.

۱۷. فناوری عاملی برای رشد اقتصادی: با گسترش استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی در کرمانشاه اقتصاد استان رشد چشمگیری کرد. زیرا این فناوری‌ها علاوه بر خلق فرصت‌های شغلی جدید، به رشد کسب‌وکارهای محلی نیز بسیار کمک می‌کند. امروزه، کرمانشاه یکی از قطب‌های اقتصاد دیجیتال در ایران شناخته می‌شود.

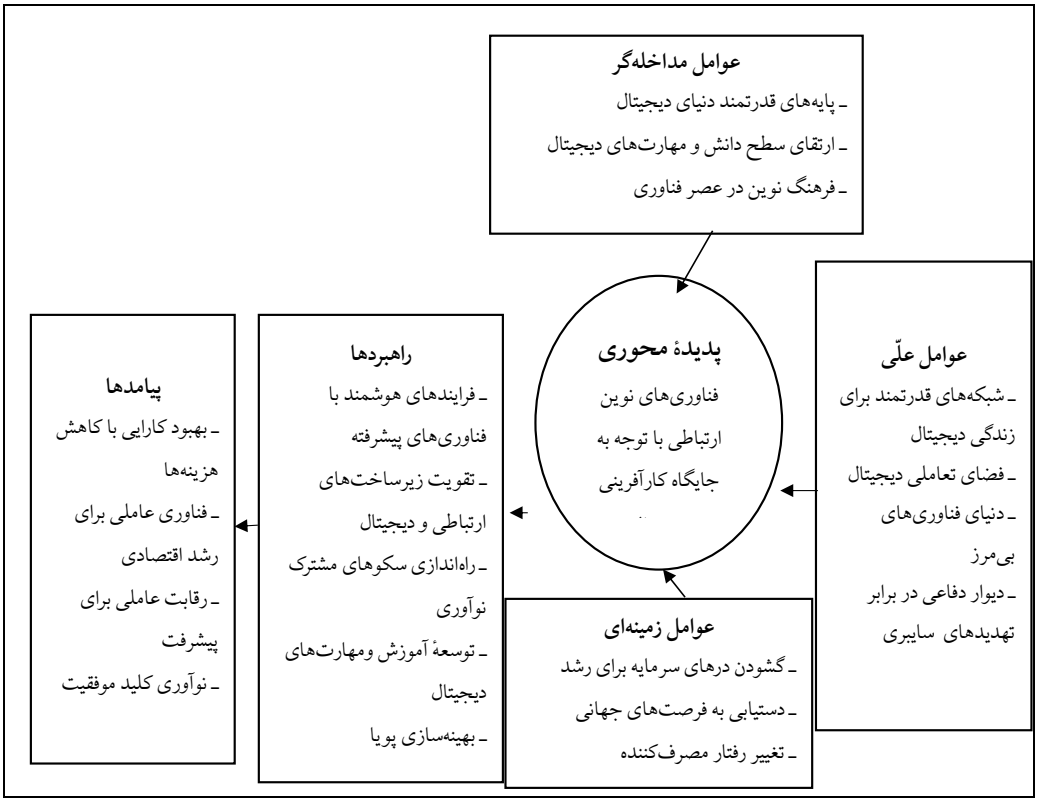
۱۸. رقابت عاملی برای پیشرفت: افزایش رقابت در بازارهای داخلی و بین‌المللی کسب‌وکارهای کرمانشاه را به نوآوری و بهبود کیفیت محصولات خود سوق داد. این رقابت عاملی برای پیشرفت و رشد اقتصاد دیجیتال در استان شد، به گونه‌ای که امروزه بسیاری از شرکت‌های کرمانشاه پیشگامان صنعت‌اند.

۱۹. نوآوری کلید موفقیت: استارتاپی در کرمانشاه با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی و ارائهٔ ایده‌ای نوآورانه به موفقیتی بزرگ دست یافت. این مجموعه با ارائهٔ محصولی منحصربه‌فرد به بازار نام کرمانشاه را در عرصه‌های بین‌المللی مطرح کرد و الگویی برای دیگر کسب‌وکارها شد.

بعد از تحلیل و دسته‌بندی داده‌ها الگوی نظام‌مند استراوس و کوربین را طراحی می‌کنیم.



شکل ۱: رهیافت نظام‌مند استراوس و کوربین



شکل ۲: الگوی مفهومی پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

در عصر حاضر، فناوری‌های نوین ارتباطی به‌مثابهٔ موتور محرک تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در سراسر جهان شناخته می‌شوند. این فناوری‌ها با بسترسازی دیجیتال امکان دسترسی به اطلاعات، تسهیل ارتباطات و گسترش فرصت‌های کسب‌وکار را فراهم کرده‌اند. در این میان، کارآفرینی دیجیتال در جایگاه یکی از مهم‌ترین راهبردهای توسعهٔ اقتصادی کارکرد اصلی را در بهره‌برداری از این فناوری‌ها ایفا می‌کند. استان کرمانشاه با توجه به ظرفیت‌های منحصربه‌فرد جغرافیایی، فرهنگی و اقتصادی ظرفیت به‌کارگیری این فرصت‌ها را برای رقم زدن تحول در ساختارهای سنتی کسب‌وکار و حرکت به سمت اقتصاد دیجیتال دارد. همچنین، با توجه به رشد روزافزون فناوری‌هایی مانند اینترنت اشیا، هوش مصنوعی، بلاک‌چین و شبکه‌های اجتماعی این استان قادر است با به‌کارگیری این ابزارها مسائل موجود در حوزه‌های کشاورزی، صنعت، خدمات و گردشگری را کاهش دهد و فرصت‌های جدیدی برای کارآفرینان محلی خلق کند. کارآفرینی دیجیتال علاوه بر خلق فرصت‌های شغلی و افزایش درآمدهای محلی، با تقویت نوآوری و رقابت‌پذیری در توسعهٔ پایدار منطقه بسیار اثرگذار است. در این بخش ضمن بررسی الگوی فناوری‌های نوین ارتباطی و اثر آن‌ها در کارآفرینی دیجیتال، راهکارهایی برای بهره‌برداری بهینه از این فناوری‌ها ارائه می‌شود. هدف نهایی، ترسیم نقشه‌ای راهبردی است که به توسعهٔ کارآفرینی دیجیتال در این استان کمک کند و زمینه‌ساز رشد اقتصادی و اجتماعی در بلندمدت باشد.

این پژوهش با طراحی الگویی جامع و کاربردی، راهکارهایی برای بهره‌برداری از فناوری‌های نوین ارتباطی به منظور تقویت کارآفرینی دیجیتال در استان کرمانشاه ارائه کرده است. چنین رویکردی گامی نوآورانه در حوزهٔ تحقیقات کاربردی و توسعهٔ منطقه‌ای است. نخستین جنبهٔ نوآوری این مطالعه، بهره‌گیری از رویکرد کیفی با روش داده‌بنیاد است که امکان تحلیل عمیق و ساختارمند داده‌ها را فراهم می‌کند و به ارائهٔ الگویی بومی و متناسب با شرایط خاص استان کرمانشاه منتج می‌شود. این الگو علاوه بر شناسایی عوامل کلیدی مؤثر در کارآفرینی دیجیتال، روابط میان این عوامل را نیز به طور نظام‌مند ترسیم می‌کند. یکی از ارزش‌های افزوده این پژوهش شناسایی و دسته‌بندی عوامل علّی (مانند شبکه‌های قدرتمند برای زندگی دیجیتال)، مداخله‌گر (مانند پایه‌های قدرتمند دنیای دیجیتال)، زمینه‌ای، پدیدهٔ محوری، راهبردها و پیامدهاست که به درک جامع‌تری از اثر فناوری‌های نوین ارتباطی در تقویت کارآفرینی دیجیتال کمک می‌کند. این پژوهش با تمرکز بر فناوری‌های پیشرفته‌ای مانند اینترنت، هوش مصنوعی و بلاک‌چین راهکارهای عملیاتی برای رفع مشکلات حوزه‌های اصلی استان کرمانشاه مانند کشاورزی، صنعت و گردشگری ارائه داده است. برای نمونه، استفاده از اینترنت اشیا برای بهینه‌سازی سامانه‌های آبیاری در بخش کشاورزی یا بهره‌گیری از هوش مصنوعی برای تحلیل رفتار گردشگران نشان‌دهنده رویکردی نوآورانه و کاربردی است. علاوه بر این، پژوهش با ارائهٔ راهبردهای عملیاتی مانند هوشمندسازی فرایندها و بهبود کارایی از طریق کاهش هزینه‌ها، برای سیاست‌گذاران و کارآفرینان امکانی را فراهم می‌کند تا از فناوری‌های نوین برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای رقابت‌پذیر در سطح ملی و بین‌المللی بهره ببرند. همچنین، توجه هم‌زمان به بسترهای فرهنگی و اجتماعی (مانند گشودن درهای سرمایه و نهادینه‌سازی فرهنگ نوین در عصر فناوری) نشان می‌دهد توسعهٔ کارآفرینی دیجیتال فقط با تکیه بر فناوری محقق نمی‌شود، بلکه نیازمند تحول در ابعاد آموزشی، مالی و فرهنگی است. به طور کلی، نوآوری این پژوهش در ترکیب نظریه و عمل، استفادهٔ هدفمند از فناوری‌های پیشرفته، ارائهٔ راهکارهای بومی و تأکید بر ابعاد فرهنگی ـ اجتماعی نهفته است. این الگوی جامع قادر است در جایگاه نقشهٔ راهی برای تحقق چشم‌انداز دیجیتال و رونق کارآفرینی دیجتال در استان کرمانشاه و مناطق مشابه عمل کند.

این پژوهش سه دستاورد نوین به ادبیات موجود می‌افزاید: ۱. ارائهٔ چهارچوب بوم‌شناختی کارآفرینی دیجیتال که برای اولین بار عوامل علّی (شبکه‌های دیجیتال)، مداخله‌گر (زیرساخت‌های فنی) و زمینه‌ای (شرایط فرهنگی ـ اجتماعی) را در الگویی یکپارچه تحلیل می‌کند؛ ۲. توسعهٔ نظریهٔ کاربردی ادغام فناوری‌های پیشرفته از طریق تبیین چگونگی به‌کارگیری اینترنت اشیا در کشاورزی و هوش مصنوعی در گردشگری به شیوه‌ای بومی‌سازی‌شده؛ ۳. معرفی الگوی توسعهٔ منطقه‌ای چندسطحی که اثبات می‌کند موفقیت کارآفرینی دیجیتال نیازمند هماهنگی هم‌زمان راهبردهای فنی (بهینه‌سازی فرایندها)، اقتصادی (کاهش هزینه‌ها) و فرهنگی (آموزش دیجیتال) است. از منظر کاربردی، این پژوهش پنج بینش اصلی ارائه می‌دهد:

۱. فناوری‌های دیجیتال زمانی به ارزش‌آفرینی منتهی می‌شوند که متناسب با دغدغه‌های بومی منطقه (مانند کم‌آبی در کرمانشاه) طراحی شوند؛

۲. انتقال کارآفرینی دیجیتال از سطح نظریه به عرصهٔ عمل نیازمند پل‌سازی سه‌گانه بین فناوری، کسب‌وکار و فرهنگ است؛

۳. الگوهای توسعهٔ منطقه‌ای باید هم‌زمان رویکردهای بالا به پایین (سیاست‌گذاری کلان) و پایین به بالا (نیازهای محلی) را پوشش دهند؛

۴. سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های دیجیتال زمانی ثمربخش است که با برنامه‌های توانمندسازی اجتماعی همراه شود؛

۵. موفقیت طرح‌های دیجیتال در مناطق کمتربرخوردار نیازمند طراحی راهکارهای ترکیبی فنی ـ اجتماعی است.

این یافته‌ها چهارچوب فکری جدیدی در مطالعات توسعهٔ منطقه‌ای طرح‌ریزی می‌کند که به جای تمرکز صِرف بر فناوری بر تطبیق هوشمندانهٔ فناوری با بسترهای محلی نیز تأکید می‌کند.

در پاسخ به سؤال اصلی پژوهش، الگوی استخراج‌شده بر اساس رهیافت نظام‌مند استراوس و کوربین (Danaeifard and Emami, 2007) طراحی شده است. ساختار اصلی الگو به شرح زیر تبیین می‌شود:

۱. عوامل علّی: شامل شبکه‌های قدرتمند برای زندگی دیجیتال، فضای تعاملی دیجیتال، دنیای فناوری‌های بی‌مرز، دیوار دفاعی در برابر تهدیدات سایبری؛ ۲. عوامل مداخله‌گر: شامل پایه‌های قدرتمند دنیای دیجیتال، ارتقای سطح دانش و مهارت‌های دیجیتال و نهادینه‌سازی فرهنگ نوین در عصر فناوری؛ ۳. عوامل زمینه‌ای: شامل گشودن درهای سرمایه برای رشد، دستیابی به فرصت‌های جهانی، تغییر رفتار مصرف‌کننده؛ ۴. پدیدهٔ محوری: شامل فناوری‌های نوین ارتباطی با محوریت کارآفرینی دیجیتال؛ ۵. راهبردها: شامل هوشمندسازی فرایندها با فناوری‌های پیشرفته، تقویت زیرساخت‌های ارتباطی و دیجیتال، حمایت از استارتاپ‌ها و کسب‌وکارهای دیجیتال، توسعهٔ آموزش و مهارت‌های دیجیتال، بهبود دسترسی به بازارهای داخلی و بین‌المللی؛ ۶. پیامدها: شامل بهبود کارایی از طریق کاهش هزینه‌ها، رشد اقتصادی مبتنی بر فناوری، پیشرفت در سایهٔ رقابت‌پذیری، نوآوری کلید موفقیت.

عوامل علّی مؤثر در توسعهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی به منظور تقویت کارآفرینی دیجیتال در چهار مؤلفهٔ اصلی دسته‌بندی می‌شود: شبکه‌های قدرتمند دیجیتال؛ فضای تعاملی دیجیتال؛ فناوری‌های بی‌مرز؛ امنیت سایبری. این مؤلفه‌ها در کنار یکدیگر بستری امن، پویا و یکپارچه برای رشد و توسعهٔ کسب‌وکارهای دیجیتال فراهم می‌کنند. این یافته‌ها با نتایج مطالعات تات‌پاجور[1] و همکاران (2023) و فرد[2] و همکاران (2021) همسوست. در ادامه، هر یک از این مؤلفه‌ها دقیق‌تر تبیین می‌شوند:

شبکه‌های قدرتمند دیجیتال: این مؤلفه زیرساخت‌هایی مانند فناوری اینترنت نسل پنجم[3] و اینترنت پرسرعت را دربرمی‌گیرد که برقراری ارتباط پایدار و سریع را ممکن می‌سازد. همچنین، این شبکه‌ها اساس برقراری ارتباط مؤثر، انتقال داده‌های حجیم و پشتیبانی بر بستر فناوری‌های آنلاین را فراهم می‌کنند؛ به طوری که بدون زیرساخت‌های قدرتمند توسعهٔ کارآفرینی دیجیتال محدود و دشوار می‌شود.

فضای تعاملی دیجیتال: این بخش شامل سکوهای همکاری آنلاین، شبکه‌های اجتماعی و بسترهای تعاملی است که امکان ارتباط مستقیم و تبادل ایده‌های نوآورانه را بین کارآفرینان، مشتریان و سایر ذی‌نفعان تسهیل می‌کند. همچنین، بهبود فرایندهای ارتباطی، توسعهٔ شبکه‌های کاری، رونق کسب‌وکارهای دیجیتال را رقم می‌زند.

فناوری‌های بی‌مرز: این مؤلفه فناوری‌هایی مانند رایانش ابری و بلاک‌چین را شامل می‌شود که با کم‌رنگ کردن مرزهای جغرافیایی امکان دسترسی به بازارهای جهانی را فراهم می‌کند. همچنین، برای کارآفرینان فرصتی مهیا می‌کند تا محصولات و خدمات خود را بدون محدودیت‌های فیزیکی در سطح بین‌المللی عرضه کنند. این امر در توسعهٔ اقتصاد دیجیتال و کارآفرینی جهانی بسیار اثرگذار است.

امنیت سایبری: مهم‌ترین مؤلفه در اعتمادسازی و پایداری کسب‌وکارهای دیجیتال است. فناوری‌های امنیت سایبری (مانند سیستم‌های دفاعی پیشرفته، رمزگذاری و مدیریت تهدیدات) از داده‌ها، تراکنش‌ها و اطلاعات حساس محافظت می‌کنند و زیربنای امن فعالیت‌های اقتصاد دیجیتال را تأمین می‌کنند. در مجموع، این چهار مؤلفه با همکاری و تلفیق عملیات بستری امن، پویا و منسجم برای توسعهٔ کسب‌وکارهای دیجیتال فراهم می‌کنند که در نهایت به تقویت کارآفرینی دیجیتال و بهره‌برداری حداکثری از فرصت‌های فناورانه در فضای نوظهور منتج می‌شود.

عوامل مداخله‌گر مؤثر در توسعهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی برای تقویت کارآفرینی دیجیتال بر سه رکن اساسی استوارند: پایه‌های قدرتمند دنیای دیجیتال، ارتقای سطح دانش و مهارت‌های دیجیتال و نهادینه‌سازی فرهنگ نوین در عصر فناوری. این عوامل محیطی پویا و حمایت‌گر مسیر رشد و توسعهٔ کسب‌وکارهای دیجیتالی را هموار می‌کنند. یافته‌های این پژوهش با نتایج مطالعات ایرلند[4] و همکاران (2015)، دیده‌خانی[5] و همکاران (2023) و سرفرازی و همکاران (2019) همسوست. در ادامه، هر یک از این مؤلفه‌ها دقیق‌تر تبیین می‌شوند:

پایه‌های قدرتمند دنیای دیجیتال: این رکن شامل زیرساخت‌های فنی و حقوقی است که باید فراهم باشد تا فعالیت‌های اقتصادی و تجاری در فضای دیجیتال‌پایه به صورت مؤثر و بدون مزاحمت انجام شوند. یعنی زیرساخت‌هایی از قبیل اینترنت پرسرعت و امن، سیستم‌های فناوری اطلاعات، مقررات حاکم بر حقوق مالکیت فکری، قوانین حفاظت از داده‌ها و امنیت سایبری باید فراهم و به‌روز باشند تا کسب‌وکارهای دیجیتال به راحتی فعالیت کنند.

ارتقای سطح دانش و مهارت‌های دیجیتال: این عامل

1. Tóth-Pajo
2. Fard
3. G5
4. Ireland
5. Dide Khani

آموزش و توسعهٔ نیروی انسانی ماهر در زمینهٔ فناوری‌های دیجیتال را دربرمی‌گیرد. با افزایش سطح مهارت‌های نیروی کار در حوزهٔ فناوری توانمندی بهره‌برداری بهتر از فناوری‌های نوین افزایش می‌یابد و بستری مناسب برای رشد و توسعهٔ کسب‌وکارهای دیجیتال فراهم می‌شود.

فرهنگ نوین در عصر فناوری: در این بخش بر اهمیت پذیرش اجتماعی و تغییر نگرش‌ها به کارآفرینی دیجیتال تأکید شده است. جمعیت و جامعه باید در زمینهٔ کاربرد فناوری و راه‌های نوین کسب‌وکار تمایل و اعتماد بیشتری داشته باشد و نگرش‌های منفی یا سنتی را رها کنند. این تغییر فرهنگی مسیر را برای پذیرش فعالیت‌های نوآورانهٔ دیجیتال هموار می‌سازد و فضای جامعه را برای استقرار و توسعهٔ استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای دیجیتال آماده می‌کند. این سه رکن در تعامل با هم محیطی حمایت‌کننده، پویا و نوآور را برای رشد و توسعهٔ کسب‌وکارهای دیجیتال فراهم می‌کنند. تمامی این عوامل باید به شکل هماهنگ و همسو عمل کنند تا کارآفرینی دیجیتال به صورت پایدار و موثر تقویت شود.

عوامل زمینه‌ای مؤثر در توسعهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی برای تقویت کارآفرینی دیجیتال بسترساز تحولات کلیدی در این حوزه‌اند. گشودن درهای سرمایه برای رشد با جذب سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر و تسهیل دسترسی به منابع مالی زیرساخت لازم برای توسعهٔ کسب‌وکارهای دیجیتال را فراهم می‌کند. دستیابی به فرصت‌های جهانی از طریق فناوری‌های ارتباطی مرزهای جغرافیایی را کم‌رنگ و امکان حضور در بازارهای بین‌المللی را برای کارآفرینان فراهم می‌کند. همچنین، تغییر رفتار مصرف‌کننده به سوی ترجیح خدمات و محصولات دیجیتال انگیزه و ضرورتی دوچندان برای توسعهٔ کارآفرینی دیجیتال پدید آورده است. این عوامل زمینه‌ای در کنار هم محیطی پویا و مستعد برای رشد و شکوفایی کسب‌وکارهای نوپای دیجیتالی خلق می‌کنند. یافته‌های این پژوهش با نتایج مطالعات کراس[1] و همکاران (2019) و سرینیواسان و ونکاتراما[2] (2018) هم‌خوانی دارد. در ادامه، هر یک از این مؤلفه‌ها دقیق‌تر تبیین می‌شوند:

گشودن درهای سرمایه و منابع مالی: یکی از عوامل اصلی در توسعهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی جذب سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر است. این نوع سرمایه‌گذاری جایگاه مهمی در تأمین منابع مالی لازم برای راه‌اندازی، رشد و توسعهٔ استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای دیجیتال دارد. خلق فرصت‌هایی برای سرمایه‌گذاران و تسهیل فرایند دسترسی به منابع مالی بستر مناسبی برای رشد سریع و پایدار کسب‌وکارهای فناوری‌محور فراهم می‌کند.

دستیابی به فرصت‌های جهانی: فناوری‌های نوین ارتباطی با کاهش محدودیت‌های جغرافیایی امکان حضور کارآفرینان و کسب‌وکارهای نوپا را در بازارهای بین‌المللی فراهم می‌کنند. این امر موجب می‌شود بازارهای جهانی به روی آن‌ها گشوده شوند، نوآوری‌ها و ایده‌های آن‌ها در سطح جهانی عرضه و مصرف شوند و رشد فرااقلیم و پرورش شبکه‌های همکاری بین‌المللی تسهیل شود.

تغییر رفتار مصرف‌کننده: تغییر ترجیحات مصرف‌کنندگان به سمت محصولات و خدمات دیجیتال الزامی جدی برای توسعهٔ کارآفرینی در حوزهٔ دیجیتال ایجاد می‌کند. گرایش روزافزون مصرف‌کنندگان امروزی به استفاده از خدمات آنلاین، خریدهای اینترنتی، آموزش‌های مجازی و محتواهای دیجیتالی نیازهای جدید و فرصت‌های بی‌نظیر برای فعالیت‌های کارآفرینی دیجیتال فراهم کرده است. در نتیجه، محیطی زنده، پویا و فرصت‌ساز خلق می‌شود که به رشد و شکوفایی کسب‌وکارهای نوپای دیجیتال کمک می‌کند. همچنین، بستری مستعد برای نوآوری، توسعهٔ پایدار و بهره‌برداری از فناوری‌های نوین در عرصهٔ کارآفرینی فراهم می‌شود.

راهبردهای اصلی در توسعهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی به منظور تقویت کارآفرینی دیجیتال بر چند محور اساسی استوار است. هوشمندسازی فرایندها با فناوری‌های پیشرفته‌ای مانند هوش مصنوعی و اینترنت اشیا کارایی کسب‌وکارها را به طور چشمگیری افزایش می‌دهد. تقویت زیرساخت‌های ارتباطی و دیجیتال از طریق گسترش شبکه‌های پرسرعت و امن بستر فنی لازم برای فعالیت‌های دیجیتال را فراهم می‌کند. حمایت از استارتاپ‌ها و کسب‌وکارهای دیجیتال با ارائهٔ مشوق‌های مالی و قانونی رشد نوآوری را تسریع می‌کند. توسعهٔ آموزش و مهارت‌های دیجیتال نیروی انسانی متخصص و کارآفرین پرورش می‌دهد، درحالی‌که بهبود دسترسی به بازارهای داخلی و بین‌المللی از طریق سکوهای دیجیتال دامنهٔ فعالیت کارآفرینان را گسترش می‌دهد. مجموع این راهبردها زیست‌بوم کارآفرینی دیجیتال را به صورت جامع و پایدار تقویت می‌کند. نتایج این پژوهش با مطالعات دهقان‌سائین و عارفی[3] (2024) همسوست. در ادامه، هر یک از این راهبردها دقیق‌تر تبیین می‌شوند:

بهره‌گیری از فرایندهای هوشمند و فناوری‌های پیشرفته: فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی و اینترنت اشیا جایگاه اصلی در بهبود و کارایی کسب‌وکارها دارند. این فناوری‌ها عملیات، تصمیم‌گیری و مدیریت کسب‌وکار را هوشمندانه‌تر و بهره‌ورتر می‌سازند و فرصت‌های جدیدی برای نوآوری و توسعه فراهم می‌کنند.

1. Kraus
2. Srinivasan and Venkatrama
3. Dehghan Saieen and Arefi

توسعهٔ زیرساخت‌های ارتباطی و دیجیتال: تأکید بر بهبود و گسترش شبکه‌های اینترنت پرسرعت و امن، زیرساخت‌های فنی لازم برای فعالیت‌های دیجیتال را تأمین می‌کند. این توسعه دسترسی سریع و امن به داده‌ها، خدمات و بازارهای مختلف را آسان‌تر و زمینهٔ فعالیت‌های دیجیتال را فراهم می‌کند.

حمایت از استارتاپ‌ها و کسب‌وکارهای دیجیتال: سیاست‌های حمایتی شامل مشوق‌های مالی و قوانین تسهیل‌گر روند رشد و نوآوری در حوزهٔ فناوری دیجیتال را تسریع می‌کنند. این حمایت‌ها رقابت سالم و خلاقیت را در محیط‌های کارآفرینی تقویت می‌کند.

توسعهٔ آموزش و مهارت‌های دیجیتال: آموزش نیروهای انسانی با مهارت‌های تخصصی و کارآفرینانه تمرکز این راهبرد است. این آموزش‌ها افراد را برای فعالیت‌های نوآورانه و دیجیتال آماده می‌کنند و نسل جدیدی از کارآفرینان دیجیتال را پرورش می‌دهند.

بهبود دسترسی به بازارهای داخلی و بین‌المللی: راه‌اندازی و تقویت سکوهای دیجیتال دامنهٔ فعالیت و حضور کارآفرینان را در بازارهای داخلی و جهانی افزایش می‌دهد. این امر فرصت‌های تجاری و رشد کسب‌وکارهای دیجیتال را گسترش می‌دهد و رقابت بین‌المللی را تقویت می‌کند.

پیامدهای توسعهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی در حوزهٔ کارآفرینی دیجیتال تحولات عمیقی پدید آورده‌اند. بهبود کارایی و کاهش هزینه‌ها از طریق اتوماسیون و دیجیتالی شدن فرایندها، سودآوری کسب‌وکارها را افزایش داده است. فناوری در جایگاه عاملی برای رشد اقتصادی با راه‌اندازی صنایع جدید و اشتغال‌زایی سهم عمده‌ای در توسعهٔ اقتصادی دارد. رقابت به‌مثابهٔ محرک پیشرفت بنگاه‌ها را به ارتقای کیفیت محصولات و خدمات واداشته است. همچنین، نوآوری که کلید موفقیت است با ارائهٔ راهکارهای خلاقانه مزیت رقابتی پایدار برای کارآفرینان دیجیتال پدید آورده است. این پیامدها در مجموع چرخه‌ای پویا از رشد و توسعه را در زیست‌بوم کارآفرینی دیجیتال شکل داده‌اند که پیوسته در حال تکامل و گسترش است. نتایج این پژوهش با مطالعات قهرمانی و قائمی‌اسگویی[1] (2016) و سرینیواسان و ونکاتراما (2018) همسوست. در ادامه، بر پایهٔ مطالعات انجام‌شده در این بخش هر یک از عوامل را تبیین می‌کنیم:

بهبود کارایی و کاهش هزینه‌ها: فناوری‌های نوین با بهره‌گیری از اتوماسیون و دیجیتالی کردن فرایندهای کسب‌وکار هزینه‌های عملیاتس و زمان را کاهش داده‌اند. در نتیجه، کارآفرینان می‌توانند بهره‌وری و سودآوری کسب‌وکارهایشان را افزایش دهند. برای نمونه، استفاده از نرم‌افزارهای اتوماسیون در مدیریت یا تولید محصولات دیجیتال نمونه‌هایی از این پیامدند.

رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی: فناوری عاملی کلیدی و مهم در توسعهٔ اقتصادی است، زیرا راه‌اندازی صنایع نوین و به‌تبع آن بروز فرصت‌های شغلی جدید در توسعهٔ اقتصادی کشورها بسیار اثرگذار است. برای نمونه، توسعهٔ فناوری‌های جدیدی در حوزهٔ صنعت استارت‌آپ‌ها، پزشکی و مالی سبب افزایش فرصت‌های شغلی و رشد اقتصادی می‌شوند.

رقابت و ارتقای کیفیت: رقابت در بازارهای دیجیتال بنگاه‌ها را ترغیب می‌کند تا کیفیت محصولات و خدمات خود را ارتقا دهند و نوآوری را در راهبردهایشان جدی بگیرند. این فضای رقابتی به ارائهٔ بهتر، قیمت مناسب‌تر و خدمات متنوع‌تر می‌انجامد و به سود مصرف‌کنندگان و اقتصاد کلان است.

نوآوری و مزیت رقابتی پایدار: ارائهٔ راهکارهای خلاقانه و نوآورانه به کارآفرینان دیجیتال کمک می‌کند تا مزیت رقابتی پایدار کسب کنند. ازاین‌رو، ایده‌های نو، فناوری‌های جدید یا الگوهای متفاوت کسب‌وکار آن‌ها را از رقبا متمایز می‌کند و مسیر موفقیت را هموارتر می‌سازد.

چرخهٔ پویا و در حال توسعه: مجموع این پیامدها چرخه‌ای مستمر و پویا در زیست‌بوم کارآفرینی دیجیتال خلق کرده است که پیوسته در حال رشد، تکامل و گسترش است. این فرایند نوآوری، رقابت و توسعهٔ بازارهای جدید را تقویت می‌کند و آیندهٔ این حوزه را نیز امیدبخش‌تر می‌کند. توسعهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی تحولی در کسب‌وکارهای دیجیتال ایجاد کرده که هم به نفع اقتصاد کلان و هم به نفع کارآفرینان و مصرف‌کنندگان است و آینده‌ای نویدبخش و فرصت‌محور را رقم می‌زند.

کارآفرینی دیجیتال علاوه بر خلق مشاغل جدید، با افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و دسترسی به بازارهای جهانی در توسعهٔ اقتصادی بسیار اثرگذار است. ازاین‌رو، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی در استان کرمانشاه که ظرفیت‌های غنی در حوزه‌های کشاورزی، صنایع دستی، گردشگری و انرژی دارد، مانند ابزاری قدرتمند برای رفع مشکلات موجود و خلق فرصت‌های جدید است. برای نمونه، بهره‌گیری از سکوهای دیجیتال در بازاریابی محصولات محلی، اینترنت اشیا در بهینه‌سازی فرایندهای کشاورزی یا استفاده از هوش مصنوعی در تحلیل داده‌های بازار تحولات چشمگیری در اقتصاد منطقه پدید آمده است. با این حال به‌رغم ظرفیت‌های فراوان، بهره‌گیری از این فناوری‌ها نیازمند زیرساخت‌های مناسب، آموزش نیروی انسانی و پدید آوردن زیست‌بوم است تا از ایده‌های نوآورانه حمایت شود. در این زمینه، کارآفرینی دیجیتال در جایگاه محرکی برای توسعهٔ پایدار استان کرمانشاه عمل کرده و با فرصت‌آفرینی برای مشاغل پایدار، کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای و افزایش رفاه اجتماعی آینده‌ای روشن را برای این منطقه رقم زده است. بر پایهٔ یافته‌های

1. Ghahremani and Ghaemi Esgoi

این پژوهش، پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می‌شود:

ــ به منظور تحقق تحول دیجیتال در استان کرمانشاه، ابتدا باید زیرساخت‌های ارتباطی را به‌شیوه‌ای نوآورانه تقویت کرد. توسعهٔ شبکه‌های اینترنت پرسرعت و پایدار در مناطق شهری و روستایی همراه با راه‌اندازی مراکز دادهٔ محلی مبتنی بر فناوری‌های ابری بستری قدرتمند برای رشد کسب‌وکارهای دیجیتال فراهم می‌کند. این شبکه‌ها علاوه بر تسهیل دسترسی به بازارهای جهانی، امکان استفاده از ابزارهای پیشرفته‌ای مانند اینترنت اشیا، هوش مصنوعی و بلاک‌چین را نیز فراهم می‌کنند. برای نمونه، با استفاده از اینترنت اشیا می‌شود سامانه‌های آبیاری هوشمند در بخش کشاورزی طراحی کرد که خودکار مقدار آب مصرفی را بهینه‌سازی کنند.

ــ به منظور ورود به عرصهٔ کارآفرینی دیجیتال، آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی بسیار مهم است. راه‌اندازی آموزشگاه‌های دیجیتال در استان کرمانشاه که دوره‌های آموزشی در حوزه‌هایی مانند بازاریابی دیجیتال، برنامه‌نویسی، تحلیل داده و فناوری‌های نوین ارائه می‌دهند، جوانان و کارآفرینان را برای ورود به بازارهای جدید آماده می‌کند. همچنین، مراکز نوآوری و شتاب‌دهنده‌های استارتاپی می‌توانند با حمایت از ایده‌های نوآورانه، آن‌ها را به کسب‌وکارهای موفق تبدیل کنند. برای نمونه، یک مرکز شتاب‌دهی می‌تواند با ارائهٔ مشاوره، فضای کار اشتراکی و دسترسی به شبکه‌های سرمایه‌گذاری به استارتاپ‌ها کمک کند تا ایده‌های خود را به محصولات قابل‌عرضه تبدیل کنند.

ــ حمایت از کسب‌وکارهای محلی از طریق راه‌اندازی سکوهای دیجیتال برای بازاریابی و فروش محصولات محلی مانند صنایع دستی، محصولات کشاورزی و خدمات گردشگری به افزایش درآمدهای منطقه‌ای و کاهش وابستگی به روش‌های سنتی کمک می‌کند. برای نمونه، سکوی دیجیتال این ظرفیت را دارد که محصولات کشاورزی کرمانشاه را مستقیم به مصرف‌کنندگان در سراسر کشور یا حتی جهان عرضه کند. همچنین، این سکوها با بهره‌گیری از فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی قادرند رفتار مشتریان را تحلیل کنند و پیشنهادهای شخصی‌سازی‌شده ارائه دهند.

ــ استفاده از فناوری‌های نوین در بخش‌های اصلی مانند کشاورزی و گردشگری تحولات چشمگیری پدید می‌آورد. برای نمونه، بهره‌گیری از اینترنت اشیا برای بهینه‌سازی سامانه‌های آبیاری و افزایش بهره‌وری در بخش کشاورزی یا استفاده از هوش مصنوعی و کلان‌داده‌ها در تحلیل رفتار مشتریان و بهبود خدمات گردشگری قادر است استان کرمانشاه را به یکی از قطب‌های پیشرو در این حوزه‌ها تبدیل کند. همچنین، نرم‌افزار گردشگری هوشمند با استفاده از داده‌های انبوه امکان پیشنهاد بهترین مسیرهای گردشگری را به مسافران فراهم می‌کند و تجربه‌ای منحصربه‌فرد برای آن‌ها خلق می‌کند.

ــ راه‌اندازی شبکه‌های همکاری بین‌المللی از دیگر اقدامات مؤثر در تقویت کارآفرینی دیجیتال است. برقراری ارتباط با شرکت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی برای انتقال دانش و فناوری‌های روز همراه با شرکت در نمایشگاه‌ها و رویدادهای بین‌المللی بستر مناسبی را برای معرفی ظرفیت‌های استان کرمانشاه به جهانیان فراهم می‌کند و فرصت‌های جدیدی برای سرمایه‌گذاری و همکاری پدید می‌آورد. برای نمونه، مشارکت در طرح‌های بین‌المللی مرتبط با فناوری‌های نوین به انتقال تجربه و دانش به استان کمک می‌کند.

ــ حمایت دولت و بخش خصوصی از طریق تدوین سیاست‌های حمایتی، ارائهٔ مشوق‌های مالیاتی و تشویق سرمایه‌گذاری در طرح‌های مرتبط با فناوری‌های نوین ارتباطی زمینه‌ساز شکل‌گیری زیست‌بومی پویا برای کارآفرینی دیجیتال است. برای نمونه، دولت از طریق ارائهٔ تسهیلات کم‌بهره به کسب‌وکارهای دیجیتال امکان تسهیل فرایند دیجیتالی شدن را فراهم کند.

ــ بهره‌گیری از فناوری‌های نوین مانند واقعیت افزوده[1] و واقعیت مجازی[2] امکان خلق تجربه‌ای متفاوت را برای مشتریان فراهم می‌کند. برای نمونه، فروشگاه آنلاین با استفاده از واقعیت افزوده برای نمایش محصولات صنایع دستی کرمانشاه این قابلیت را ایجاد می‌کند که مشتریان قبل از خرید کالاها را به صورت مجازی در محیط خود مشاهده کنند.

ــ استفاده از تحلیل داده‌های انبوه به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا تصمیم‌گیری‌های هوشمندانه‌تری داشته باشند. برای نمونه، شرکت گردشگری با تحلیل داده‌های مربوط به رفتار مسافران خدمات خود را دقیق‌تر با نیازهای آن‌ها تطبیق می‌دهد.

ــ راه‌اندازی سکوهای تأمین مالی جمعی به کارآفرینان کمک می‌کند تا به‌راحتی به سرمایهٔ مورد نیاز خود دسترسی داشته باشند. برای نمونه، سکوی تأمین مالی جمعی به استارتاپ‌ها کمک می‌کند تا با جذب سرمایه از عموم مردم ایده‌های خود را به واقعیت تبدیل کنند.

ــ استفاده از فناوری‌های نوین مانند خودروهای خودران و سکوهای مدیریت ترابری هوشمند به بهبود زنجیرهٔ تأمین در استان کرمانشاه کمک می‌کند. برای نمونه، هر شرکت حمل‌ونقلی با استفاده از خودروهای خودران امکان کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل و تحویل سریع کالاها را به دست می‌آورد.

1. Augmented Reality (AR)

2. Virtual Reality (VR)

جمع‌بندی نهایی

۱. هدف اصلی پژوهش

این پژوهش با هدف طراحی الگوی راهبردی توسعهٔ فناوری‌های نوین ارتباطی و تقویت کارآفرینی دیجیتال در استان کرمانشاه انجام شده است. الگوی ارائه‌شده به طور خاص بر اساس مشکلات و فرصت‌های منطقه‌ای طراحی شد تا به صورت عملیاتی اجرا شود.

۲. یافته‌های کلیدی برای سیاست‌گذاری

الف) الزامات زیرساختی (توسعهٔ شبکه‌های پرسرعت اینترنت در مناطق محروم، ایجاد مراکز دادهٔ محلی و راه‌اندازی سکوهای اشتراک‌گذاری داده بین بخش‌های مختلف)؛

ب) راهکارهای فناورانه (کشاورزی هوشمند با استفاده از سنسورهای اینترنت اشیا، توسعهٔ نرم‌افزارهای پیش‌بینی محصول مبتنی بر داده و به‌کارگیری هوش مصنوعی در بخش گردشگری)؛

ج) بسترهای غیرفنی ضروری (آموزش مهارت‌های دیجیتال به نیروی کار محلی، تأسیس مراکز نوآوری در دانشگاه‌ها و صندوق‌های خطرپذیر محلی).

۳. پیشنهادهای سیاستی اجرایی

الف) برای دولت و مجلس: تصویب قوانین حمایتی برای کسب‌وکارهای دیجیتال و اختصاص اعتبارات استانی به طرح‌های دیجیتال؛

ب) برای بخش خصوصی: تشویق شرکت‌های فناوری به سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی شبکه‌های توزیع محصولات دیجیتال محلی.

۴. هشدارهای سیاستی

لزوم توجه به عدالت دیجیتال بین شهرها و روستاها، ضرورت مشارکت ذی‌نفعان محلی در طراحی راهکارها، پرهیز از تمرکز صرف بر فناوری‌های وارداتی.

۵. خروجی نهایی الگوی پیشنهادی

الگوی ارائه‌شده شامل نقشهٔ راه توسعهٔ دیجیتال با ویژگی‌های زیر است:

الف) برنامه‌ریزی زمان‌بندی‌شده (کوتاه، میان و بلندمدت)؛

ب) مبتنی بر داده‌های واقعی و نیازسنجی محلی؛

ج) دارای شاخص‌های ارزیابی کمی و کیفی.

منابع

Babaee Farsani, M., Amindoust, A., and Alidadi, A. (2018). "Designing an Open Innovation Model in Active Small and Medium Sized Enterprises through Grounded Theory (Case Study: Food Industries in Chaharmahal and Bakhtiari Province)". *Strategic Management of Organizational Knowledge*, 1(2), pp. 95-136. {In Persian}

Borjalizadeh, M. , Jafari, A. and Kordi, N. (2020). "Examine the Role of New Technologies in the Shift of Power in the International System". *Journal of Political Knowledge*, 16(2), pp. 361-386. {In Persian}

Ciaca, S. L., Cristache, S. E., Vuta, M., Marin, E., and Vata, M. (2020). "Assessing the Impact of ICT Sector on Sustainable Development in the European Union: An Empirical Analysis Using Panel Data". *Sustainability*, 12(2), p. 592.

Danaeifard, H. and Emami, S. M. (2007). "Strategies of Qualitative Research: A Reflection on Grounded Theory". *Strategic Management Thought*, 1(2), PP. 69-97. {In Persian}

Dehghan Saieen .R, Arefi. S. (2024). "Indicators and Markers of Digital Entrepreneurship in Higher Education". *Ihej*, 15 (4), PP. 23-45. {In Persian}

Dide Khani, H., Alizadeh, R., Mohamad Sharifzadeh S., and Samiee, R. (2023). "Designing a Digital Entrepreneurship Model for Knowledge-Based Companies with Grounded Theory Approach". *Roshd -e- Fanavari*, 19(75), pp. 1-11. {In Persian}

Elia, G., Margherita, A., and Passiante, G. (2020). "Digital Entrepreneurship Ecosystem: How Digital Technologies and Collective Intelligence are Reshaping the Entrepreneurial Process". *Technological Forecasting and Social Change*, 150, pp. 119791.

Fard, M., Kabarazad Ghadim, M. R. and Haghighat Monfared, J. (2021). "Designing a Digital Entrepreneurship Development Model in Small and Medium-Sized Knowledge-Based Companies with Emphasis on Resistance Economy Policies". *Basij Strategic Studies*, 24(90), pp. 103-140. {In

Persian}

Ghahremani, A. and Ghaemi Esgoi, K. (2016). "Studying the Role of New Communication Technologies on National Development". Second International Conference on Modern Research in Management, Economics and Accounting. https://civilica.com/doc/439873 {In Persian}

Ghasemzadeh, M. and Salatin, P. (2019). "The Impact of Information and Communication Technology on Entrepreneurship in Selected Countries: Panel Data Approach". *New Economy and Trad*, 14(1), pp. 107-128. {In Persian}

Heidari, D., Darzian Rostami, H. and Eslami, M. (2022). "The Role of Communication and Information Technologies to Promote the Security and Sustainability Development of the Persian Gulf and Makran Coasts". *Quarterly Journal of The Macro and Strategic Policies*, 10(39), pp. 644-667. {In Persian}

Ireland, R. D. Reutzel, C. R. and Webb, J. W. (2015). "Entrepreneurship Research in AMJ: What Has Been Published, and What Might the Future Hold". *Academy of Management Journal*, 48(4), pp. 556-56.

Jafari, A. and Borjalizadeh, M. (2024). "New Communication Technologies and the Emergence of New Activists in International Relation". *Journal of Political Knowledge*, 20(1), pp. 83-106. {In Persian}

Jamshidi, M. H., and Naqdi, F. (2019). "The Impact of the Revolution of New Communication and Information Technology on the Transformation and Evolution of the Category of Government". *Journal of Politics*, 49(3), pp. 607-626. {In Persian}

Keshavarz, S., Taghva, M. R. and Kord, H. (2019). "Recognition of the Success of Digital Entrepreneurship with the Meta- Synthesis Approach". *Journal of Technology Development Management*, 7(3), pp. 149-172. {In Persian}

Khodadadeh, N., Islampanah, M., Mousavi, F., and Kaviani, E.(2022). "Designing a Model of Digital Entrepreneurship Ecosystems in Educational Organizations Based on Grounded theory". *Journal of managing Education in organization*, 11 (2), pp. 229-271. {In Persian}

Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F.L. and Spitzer, J. (2019). "Digital Entrepreneurship: A Research Agenda on New Business Models for the Twenty-First Century". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 55(2), pp. 353-375.

Ladeira, M. J., Ferreira, F. A., Ferreira, J. J., Fang, W., Falcão, P. F., and Rosa, Á. A. (2019). "Exploring the Determinants of Digital Entrepreneurship Using Fuzzy Cognitive Maps". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), pp. 1077-1101.

Le Dinh, T., Vu, M.C. and Ayayi, A. (2018). "Towards a Living Lab for Promoting the Digital Entrepreneurship Process". *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), pp. 1-17.

Morah, D. N., and Omojola, O. (2018). "Social Media Use and Entrepreneurship Development in Nigeria: Lagos and Onitsha in Focus". *International journal of advance study and research work*, 1(5), pp. 15-26.

Njoh, A.J. (2018). "The Relationship Between Modern Information and Communications Technologies (ICTs) and Development in Africa". *Utilities Policy,* 50, pp. 83-90.

Panahzadeh Khanumiri, A., Khishtandar, S. and Nejad Haji Ali Irani, F. (2020). "Investigating the Relationship Between Digital Literacy and the Development of Digital Entrepreneurship (Case Study: Tabriz Art Universities)". *Journal of International Business Administration*, 6(4), pp. 199-219. {In Persian}

Pourkhayat M, Shahmohammadi A, Tavakoli Quchani H. (2022). "Identifying the Potentials, Challenges, and Barriers to the Application of New Communication Technologies in the Field of Health with a Focus on Rare Patients: A Qualitative Study". *North Khorasan University of Medical Sciences*, 14 (4), pp. 1-14. {In Persian}

Ratten. V. (2018). "Social Entrepreneurship through Digital Communication in Farming World". *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 14(1), pp. 99-110.

Rosena, J. (2017). The Information Revolution, Security and New Technologies (Tayyeb, A. Trans.). Tehran: Institute for Strategic Studies. {In Persian}

Sarfarazi M., Akhravi H., and Pirouz P. (2019). "Information and Communication Technology as a Key and Influential Factor on the Establishment of Electronic Entrepreneurship". *Scientific Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 4(14), pp. 70-92. {In Persian}

Soluk, J., Kammerlander, N., and Darwin, S. (2021). "Digital Entrepreneurship in Developing Countries: The Role of Institutional Voids". *Technological Forecasting and Social Change*, 170, 120876.

Srinivasan, A. and Venkatraman, N. (2018). "Entrepreneurship on Digital Platforms: A Network-Centric View". *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(3), pp. 54–71.

Sulistyowati, R. (2021). "Does Impact of Entrepreneurial Literacy and Digital Literacy on a Businessmen Who Influences the Strategy to Maintain SME in The Pandemic Era?" *Technium Soc. Sci. J.*, 18, pp. 83.

Tavazoeifar, A., Sheihakitash, M., and Keshavarz, S. (2019). "Identification of Effective Propellants on Digital Entrepreneurship in Small and Medium Businesses with Meta- Synthesis Approach". *Science and Technology Policy Letters*, 9(3), pp. 61-72. {In Persian}

Tóth-Pajor ,Á., Bedő ,Z. and Csapi ,V. (2023) "Digitalization in Entrepreneurship Education and Its Effect on Entrepreneurial Capacity Building". *Cogent Business and Management*, 10(2),

Tumbas, S., Berente, N., and Brocke, J., V. (2018). "Digital Innovation and Institutional Entrepreneurship: Chief Digital Officer Perspectives of Their Emerging Role". *Journal or Information Technology*, 33(3), pp. 188-202.

Wu, J., Guo, S., Huang, H., Liu, W., and Xiang, Y. (2018). "Information and Communications Technologis for Sustainable Development Goals: State of the Art, Needs and Perspectives". *IEEE ommunications Surveys and Tutorials*, 20(3), pp. 2389-2406.

Science and Technology Policy Letters
Volume 16, Issue 1, Spring 2026

Designing a Strategic Sodel for Seveloping Sew Sommunication Sechnologies to Strengthen Sigital Entrepreneurship (Case Study: Kermanshah Province)

masoumeh ayeneh[1]
Mahdi Hosseinpour[2]

Abstract

Modern communication technologies have created unprecedented opportunities for digital entrepreneurship by establishing digital platforms and can serve as a driving force for economic and social development in Kermanshah Province. This research aims to design a strategic model for developing new communication technologies to strengthen digital entrepreneurship in Kermanshah province, using a mixed approach and data-driven method. Data were collected through semi-structured interviews with 11 individuals, including managers of online businesses, professors in information technology engineering, technology management, and entrepreneurship departments in Kermanshah Province, and analyzed using the Strauss and Corbin method. The findings indicate that causal factors include (powerful networks for digital life, etc.); intervening factors include (strong foundations of the digital world, etc.); contextual factors include (opening doors to capital for growth, etc.); the core phenomenon includes (modern communication technologies considering the role of digital entrepreneurship); strategies include (intelligent processes with advanced technologies, etc.); and outcomes include (improving efficiency by reducing costs, etc.), all of which play a key role in this model. By leveraging technologies such as the Internet of Things (IoT), artificial intelligence (AI), and blockchain, Kermanshah Province can address challenges in areas such as agriculture, industry, and tourism, while creating new opportunities for entrepreneurs.

Keywords: Technology, Entrepreneurship, Economy, E- Commerce

1. Ph.D. Student of Entrepreneurship, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Sovial Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran.

2. Assistant Professor of Management and Entrepreneurship Department, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran; M.hosseinpour@razi.ac.ir

نقش‌نامه و فرم تعارض منافع

الف) نقش نامه

پدیدآورنده	معصومه آینه	مهدی حسین‌پور
	نویسنده	نویسندهٔ مسئول
نگارش متن	نگارش متن اصلی	نگارش متن اصلی
ویرایش متن و ...	ویرایش متن و پاسخ به داوران	ویرایش متن و پاسخ به داوران
طراحی / مفهوم‌پردازی	طراحی و مفهوم‌پردازی	طراحی و مفهوم‌پردازی
گردآوری داده	گردآوری داده‌ها	گردآوری داده‌ها
تحلیل / تفسیر داده	تحلیل و تفسیر داده‌ها	تحلیل و تفسیر داده‌ها
سایر نقش‌ها	—	—

ب) اعلام تعارض منافع

در جریان انتشار مقالات علمی تعارض منافع به این معنی است که نویسنده یا نویسندگان، داوران و یا حتی سردبیران مجلات دارای ارتباطات شخصی و یا اقتصادی می‌باشند که ممکن است به طور ناعادلانه‌ای بر تصمیم‌گیری آن‌ها در چاپ یک مقاله تأثیرگذار باشد. تعارض منافع به خودی خود مشکلی ندارد بلکه عدم اظهار آن است که مسئله‌ساز می‌شود.

بدین وسیله نویسندگان اعلام می‌کنند که رابطه مالی یا غیرمالی با سازمان، نهاد یا اشخاصی که موضوع یا مفاد این تحقیق هستند ندارند، اعم از رابطه و انتساب رسمی یا غیررسمی. منظور از رابطه و انتفاع مالی از جمله عبارت است از دریافت پژوهانه، گرنت آموزشی، ایراد سخنرانی، عضویت سازمانی، افتخاری یا غیررسمی، اشتغال، مالکیت سهام، و دریافت حق اختراع، و البته محدود به این موارد نیست. منظور از رابطه و انتفاع غیرمالی عبارت است از روابط شخصی، خانوادگی یا حرفه‌ای، اندیشه‌ای یا باورمندانه، و غیره.

چنانچه هر یک از نویسندگان تعارض منافعی داشته باشد (و یا نداشته باشد) در فرم زیر تصریح و اعلام خواهد کرد:

مثال: نویسندهٔ الف هیچ‌گونه تعارض منافعی ندارد. نویسندهٔ ب از شرکت فلان که موضوع تحقیق بوده است گرنت دریافت کرده است. نویسندگان ج و د در سازمان فلان که موضوع تحقیق بوده است سخنرانی افتخاری داشته‌اند و در شرکت فلان که موضوع تحقیق بوده است سهامدارند.

اظهار (عدم) تعارض منافع: با سلام و احترام؛ به استحضار می‌رساند نویسندگان مقاله هیچ‌گونه تعارض منافعی ندارد.

نویسندهٔ مسئول: مهدی حسین‌پور

تاریخ: ۱۴۰۴/۰۱/۱۵