

طراحی الگوی مفهومی توسعه اکوسیستم

کسب و کارهای دیجیتالی مبتنی بر مطالعات علم سنجی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۲۵

بهنام صادقی اردو بادی*

رضا محمد کاظمی**

غلامحسین حسینی نیا***

چکیده

کارآفرینی پایدار مستلزم فعالیت‌های اکتشافی و بهره‌برداری با بهترین نتایج در بازارهای توسعه یافته و یا در حال توسعه است. دیجیتالی شدن کسب و کارها پنجره‌ی فرصتی است که در اکوسیستم‌های کارآفرینی گشوده شده و مزایای بیشماری را برای کسب و کارها فراهم نموده است. از جمله تعامل با بازیگران جدید، دستیابی به منابع دانشی گسترده، کاهش ریسک و مشروعیت بخشی به کسب و کارها در سطوح مختلف. بدین منظور در تحقیق حاضر که از نوع تحقیقات کاربردی است و از طریق مرور سیستماتیک با استفاده از تکنیک پریزما بواسطه‌ی روش علم سنجی (هم رخدادی واژگان) انجام شده است؛ با واکاوی اسناد موجود، الگوی مفهومی توسعه اکوسیستم کسب و کارهای دیجیتالی ارائه گردیده است. بدین منظور، جامعه‌ی این پژوهش مستندات موجود در پایگاه داده‌ای اسکوپوس در بازه زمانی ۱۹۸۸ تا ۲۰۲۲ بوده است. بر این اساس ۱۲۶ مدرک (شامل مقاله، کتاب و...) مورد شناسایی قرار گرفت و با استفاده از نرم افزارهای bibexcle1.0.0.0 و VOSviewer1.6.10.0 نقشه‌های علمی مصور سازی شده است. بر اساس واکاوی نقشه‌ها ی علمی، شکاف تحقیقاتی مشخص؛ و حوزه‌های نوظهور مشتمل بر «سیاست، منابع مالی، شبکه و پایگاه، حمایت، مهارت، دانش، فرهنگ، سرمایه انسانی و بازار» مورد شناسایی قرار گرفت و بر این اساس پیشنهادات کاربردی جهت توسعه‌ی اکوسیستم کسب و کارهای دیجیتال؛ ارائه شده است. امید است این پژوهش بتواند بینش‌های ارزشمندی برای ارکان کلیدی در اکوسیستم کارآفرینی ایجاد نماید.

کلید واژه‌ها: اکوسیستم کارآفرینی، کسب و کارهای دیجیتالی، مطالعات علم سنجی، هم واژگانی

* دانشجوی دکتری کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

** (نویسنده مسئول) عضو هیأت علمی، گروه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران
(r_mkazemi@ut.ac.ir)

*** عضو هیات علمی، گروه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران

مقدمه

فشارهای رقابتی زیادی امروزه به کسب و کارها وارد شده است. کسب و کارها باید این فشار را از طریق کارآفرینی، توانمندسازی و ارائه محصولات و خدمات به شیوه نوآورانه کاهش دهند. (Mohammadmazemi et al. 2019) با توجه به چالش‌های تکنولوژیکی و دیجیتالی امروز، کارآفرینی دیجیتال پدیده‌ای رو به رشد است، که هم از طریق دیجیتالی کردن مشاغل موجود و هم از طریق ایجاد شرکت‌های دیجیتالی موجب توسعه‌ی کسب و کارها می‌شود. (Fernandes et al, 2022) کارآفرینی دیجیتال به سازمان‌ها کمک می‌کند تا دیدگاه و اولویت‌های خود را در پاسخگویی به نیاز جامعه متمرکز کنند. خلاقیت دیجیتال، رهبری دیجیتال و فرآیند دانش دیجیتال شامل انتخاب مناسب‌ترین گزینه‌ها برای گرایش‌های مدیریتی، سازمانی است که ممکن است با کاربرد یک یا چند استراتژی، مزایایی قابل توجهی ایجاد نماید تا مدیریت را قادر سازد فرآیند کسب و کار را متعادل نموده تا سازمان به اهداف تعیین شده به طور کارآمد و موثر دست یابد. (Awawdeh et al, 2022). تحولات روز افزون جهانی و محیط پیرامون در حال تغییر سازمانها، اقتصاد و صنایع در سراسر جهان را تحت تاثیر قرار می‌دهد. (Steininger, 2019) عصری که در آن به سر می‌بریم به نام‌های مختلف از جمله: عصر رشد و پیشرفت فناوری، عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات، عصر دانایی محوری و مغز افزاری و عصر سازمان‌های یادگیرنده نامیده می‌شود که یکی از ویژگی‌های بارز آن، وجود تغییرات سریع در محیط، فناوری، مشتریان، ارباب رجوع، رقبا، همکاران، محصولات و خدمات است که همگی نیروهایی هستند که بر سازمان‌ها اثر می‌گذارند و نیاز به برتری را موجب می‌شوند. (Mohammadmazemi et al. 2020). انقلاب صنعتی چهارم که از آن با عنوان صنعت ۴ یاد می‌شود، در حال دگرگونی صنایع تولیدی و خدماتی در سطح دنیا و بویژه کشورهای پیشرو در این زمینه می‌باشد. این پدیده، می‌تواند همزمان فرصت‌ها و تهدیدهای گسترده‌ای برای صنایع کشورها به همراه داشته باشد (Isenberg, 2011) در انقلاب صنعتی چهارم تولیدات و خدمات به سوی هوشمندی هدایت می‌شوند. هدف از انقلاب صنعتی چهارم؛ ایجاد مدل تولید بسیار انعطاف‌پذیر از محصولات و خدمات سفارشی و دیجیتالی با تعاملات واقعی بین افراد، محصولات و دستگاه‌ها در طول فرآیند تولید است. (Baumann et al, 2019) بنابراین، روند

کارآفرینی با توجه به روند کار نیز در حال تغییر است تعداد عوامل درگیر، که می‌توانند در تعامل و تبادل دانش باشند؛ با استفاده از فن‌آوری‌های دیجیتال و توسعه‌ی کارآفرینی دیجیتال در حال توسعه و گسترش اند (Cavallo et al,2019). اکوسیستم‌های دیجیتالی نقش مهمی به عنوان شتاب دهنده، مطالعات گسترده در مورد نوآوری دیجیتال و کارآفرینی بازی می‌کند. دیجیتالی شدن عمدتاً روی شرکت‌های مشخص و سازمانی متمرکز است. (Elia et al,2020) لذا ظهور سیستم‌عامل‌های دیجیتالی و اکوسیستم‌های مرتبط که منجر به ایجاد یک زمینه جدید و بالقوه مهم برای کارآفرینی است؛ در حال ظهور است. (Nambisan, Baron,2019). کارآفرینی دیجیتالی، تبادل، انتقال و کسب دانش را تسهیل می‌کند و در عین حال راهکارهای جدیدی برای انجام کسب و کارها ایجاد می‌کند. سیستم‌عامل‌های مبتنی بر وب و معاملات دیجیتالی را امکان پذیر می‌سازند و ترکیبی جدید و منحصر به فرد از منابع تولیدکننده محصولات جدید و خدمات ارائه می‌دهند (Amit and Zott,2001)، کارآفرینی دیجیتالی در بسیاری از بخش‌های اقتصاد به طور فزاینده رواج پیدا می‌کند و باعث می‌شود عوامل نهادی جدید در این حوزه بروز و ظهور یابد. (Andrea Geissinger et al,2019) امروزه فن‌آوری‌های دیجیتال تأثیر بسزایی در نحوه شکل‌گیری و ایجاد مشاغل جدید دارند. مدل‌های کسب و کارهای نوظهور، از پتانسیل فناوری دیجیتال و هوش جمعی برای طراحی و اجرای ابتکارات کارآفرینانه و پایداری کسب و کارها استفاده می‌کند. (Elia,2020). همچنین تأثیر دیجیتالی شدن بر فرآیندهای نوظهور اکوسیستم‌های کارآفرینی - چشم‌انداز علم و پیچیدگی‌های محیطی لزوم توجه به این مقوله را دوچندان می‌کند. در این زمینه، اخیراً رویکردهایی وجود دارد که نشان می‌دهد اثرات احتمالی فن‌آوری‌ها و زیرساخت‌های دیجیتالی بر اکوسیستم‌های کارآفرینی غیر قابل انکار است. با وجود تحقیقات گسترده در مورد تلاقی دیجیتالی شدن و اکوسیستم‌های کارآفرینی، اکثریت قریب به اتفاق آثار در ادبیات از ماهیت مفهومی برخوردار بوده و عملاً کاربردی نشده است. (Haarhaus,2018) همچنین در این زمینه شکاف قابل توجهی در مفهوم سازی کارآفرینی در عصر دیجیتال وجود دارد. پرداختن به کسب و کارهای دیجیتال و اکوسیستم کارآفرینی و همچنین ادغام این دو حوزه به ما کمک می‌کند تا تعامل ذینفعان که بینش رفتاری فردی و اجتماعی را تحت تاثیر قرار می‌دهد بهتر

بشناسیم. چارچوب اکوسیستم دیجیتال کارآفرینی شامل چهار مفهوم است: حاکمیت زیرساخت‌های دیجیتال، تابعیت کاربر دیجیتال، کارآفرینی دیجیتال و بازار دیجیتال. (Sussan, Acs, 2017). با وجودی که غالب افراد از تجارت اینترنتی، تجارت آنلاین و ... استفاده می‌کنند و به عنوان یک فعالیت بسیار رایج است؛ اقتصاد دیجیتال برای کارآفرینی، نیاز به ایجاد اکوسیستم جدید دارد که تحقیقات در این حوزه نیاز به توسعه و گسترش دارد. (Martinez Dy, 2019) در واقع، کارآفرینی دیجیتال و اقتصاد دیجیتال به عنوان یکی از مهمترین اقتصادها مورد ستایش قرار گرفته است اما استفاده از فن‌آوری‌های دیجیتالی، نیاز به بررسی و نظریه پردازی جدید دارد (Zaheer et al, 2019) و نیازمند آن است که کاوش و مهندسی مجدد در فرایندهای کارآفرینی صورت پذیرد همچنین زیر ساخت‌های لازم برای فن‌آوری‌های دیجیتال مانند هوش مصنوعی، سیستم عامل‌ها، چاپ سه بعدی دیجیتال، سیستم عامل‌های رسانه‌های اجتماعی، داده‌های بزرگ، فضای ابری و ... ایجاد گردد. (Cavallo et al, 2019)

بر اساس دیدگاه آیزنبرگ (۲۰۱۱)، به دلیل وابستگی اکوسیستم به عوامل منطقه‌ای و فرهنگی و اجتماعی و خصوصاً نوع فناوری، هر اکوسیستم کارآفرینی بی‌نظیر و منحصر بفرد است. لذا به نظر می‌رسد پژوهش فوق در راستای شناسایی الگوهای موفق متناسب با رویکرد اکوسیستم کارآفرینی بومی کشور می‌تواند موثر باشد. کشور ایران با ویژگی‌های خاصی نظیر منابع عظیم طبیعی، سرمایه انسانی جوان و تحصیلکرده و ساختار اقتصادی نیمه دولتی که در تلاش برای دستیابی به رشد کارایی محور (انجمن اقتصاد جهانی، ۲۰۱۶) و همچنین ضعف در شاخص نوآوری (دانشگاه کورنل، ۲۰۱۶؛ موسسه توسعه کارآفرینی جهانی ۲۰۱۷) و آمادگی فناورانه (انجمن اقتصاد جهانی، ۲۰۱۶) اشاره نمود که این قبیل کاستی‌ها در مطالعات میدانی نظیر گزارش انجمن کارآفرینی ایران (۲۰۱۳) نیز قابل توجه است. بر این اساس توجه به سایر حوزه‌های مرتبط با آن از جمله اکوسیستم کسب و کار (نظیر چارچوب آیزنبرگ (۲۰۱۰) هافمن (۲۰۱۵) اکوسیستم نوآوری نظیر گزارش کمیسیون اروپا (۲۰۱۴) و پژوهش گروت و همکاران (۲۰۱۵) و مدل‌های کارآفرینی فناورانه (نظیر پتی و ژنگ (۲۰۱۱) و پرودان (۲۰۰۷) می‌تواند به عنوان مبنایی مهم جهت درک، فهم و ساختاردهی این اکوسیستم در جهت اثرگذاری مطلوب بر استراتژی‌ها، سیاست‌ها و

برنامه‌های توسعه‌ای و اصلاحی محسوب گردد. بررسی ساخت اکوسیستم کسب و کار در آینده به مانند کلیدی است که از این دوران جدید فناوری برمی آید، که سازندگان اکوسیستم نه تنها باید به فناوری به طور کلی نگاه کنند، بلکه بطور خاص در بخش‌های کسب و کارهای دیجیتالی سرمایه گذاری کنند. این موضوع به خصوص برای اکوسیستم‌های کوچکتر صادق است. بر این اساس در تحقیق حاضر از طریق مرور سیستماتیک با استفاده از تکنیک پریزما بواسطه ی روش علم سنجی (هم رخدادی واژگان) و با واکاوی اسناد موجود، پیشنهادات راهبردی جهت توسعه اکوسیستم کسب و کارهای دیجیتالی پیشنهاد می‌شود و سوال اصلی تحقیق به ترتیب زیر مطرح می‌گردد:

«بر اساس مطالعات علم سنجی و نقشه‌های علمی؛ الگوی مفهومی توسعه اکوسیستم کسب و کارهای دیجیتالی کدام است؟»

روش تحقیق

این تحقیق از بعد مخاطب کاربردی است که با رویکرد کیفی و از طریق مرور سیستماتیک با استفاده از تکنیک پریزما انجام شده است. بدین منظور از مطالعات علم سنجی استفاده شده است. نخستین نقشی که مطالعات علم سنجی برعهده دارند، ترسیم روند توسعه و گسترش علم در سطح ملی و فراتر از آن در سطح بین‌المللی است. این شیوه یکی از روش‌های تحلیل محتواست. هدف اصلی این تکنیک نشان دادن روند توسعه زمینه‌های علمی، توسط نمایش بصری ماتریس هم رخدادی کلمات انتخاب شده برطبق فراوانی آن‌ها در مجموعه است. در شکل ۱ مراحل اجرای تحقیق نشان داده شده است:



شکل ۱- چارچوب اجرایی تحقیق

علم‌سنجی و ترسیم ساختار و نقشه‌های علمی مرتبط با «توسعه اکوسیستم کسب و کارهای دیجیتالی» در این بخش با بکارگیری ابزار علم‌سنجی به بررسی و ترسیم ساختار و نقشه‌های علمی مرتبط با «توسعه اکوسیستم کسب و کارهای دیجیتالی» پرداخته شده است. جامعه پژوهش شامل کلیه مدارک علمی در حوزه مذکور است که در پایگاه «اسکوپوس» تا سال ۲۰۲۲ نمایه شده‌اند. در ابتدا، کلیه مدارک (شامل مقاله، کتاب، فصل کتاب، گزارش‌های علمی، ...) از پایگاه استنادی «اسکوپوس» در تاریخ ۱۴۰۱/۰۱/۲۴ استخراج شدند. در گام بعدی مجموعه مدارک استخراج شده، وارد نرم‌افزار Bibexcel شده و با استفاده از این نرم‌افزار، بهینه‌سازی و غربال‌گری بر روی داده‌ها صورت گرفت. سپس با ترسیم نقشه موضوعی این حوزه به کمک نرم‌افزار VOSviewer کار تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از نقشه‌ها، ساختار و خوشه‌های تشکیل شده و روابط آن‌ها انجام شد.

تحلیل هم‌واژگانی، روش مناسبی برای کشف ارتباطات حوزه‌های پژوهشی علم است و پیوندهای مهمی را نشان می‌دهد که ممکن است کشف آن‌ها به روش‌های دیگر مشکل باشد. روش تحلیل هم‌واژگانی، می‌تواند به عنوان ابزاری قدرتمند، امکان تعقیب تحولات ساختاری و تکامل شبکه ادراکی و اجتماعی را میسر سازد (Hull & King, 1987). تحلیل هم‌واژگانی نمونه‌ای از روش مدل‌سازی گرافیکی است که در آن از اندیشه‌های مربوط به تحلیل رابطه استفاده می‌شود (Neff & Corley, 2009) در واقع تحلیل هم‌واژگانی، ابزاری برای کشف الگوهای پنهان و رویدادهای نوظهور مفهومی است.

بسیاری از پژوهشگران با این روش حوزه‌های خاصی را به قصد تحلیل و ترسیم ساختار آن مطالعه کرده‌اند. بر این اساس در تحقیق حاضر نیز به منظور ارائه پیشنهاد جهت ارائه الگوی مفهومی توسعه اکوسیستم کسب و کارهای دیجیتالی از این روش استفاده شده است. در ادامه گام‌های طی شده جهت انجام علم‌سنجی و ترسیم شبکه‌های هم-واژگانی و هم‌کشوری در رابطه با «الگوی مفهومی توسعه اکوسیستم کسب و کارهای دیجیتالی» تشریح شده است. برای این منظور مهمترین واژگان در این حوزه شناسایی شده و تحلیل مربوطه در این حوزه انجام گردید. در گام اول و در ابتدا در پایگاه استنادی Scopus جستجوی حوزه مذکور مطابق زیر انجام شده است:

"Entrepreneur" AND "E- business"
OR
"Digital" AND " Entrepreneurship"

تعداد نتایج حاصله در حدود ۶۱۲ مدرک (شامل مقاله، کتاب و...) تا سال ۲۰۲۲ میلادی می‌باشد. روند تولید مدارک در این حوزه در سال‌های اخیر به صورت نمایی رشد پیدا نموده است و در سال ۲۰۲۱ به اوج خود رسیده است که نشان‌دهنده میزان اهمیت این حوزه می‌باشد. بر اساس نتایج مطالعات علم سنجی و جستجو در پایگاه اسکوپوس در ادامه به بررسی مبانی نظری تحقیق و مرور ادبیات پیشینه تحقیق پرداخته می‌شود لازم به ذکر است جهت گردآوری مرور ادبیات داخلی؛ از پایگاه ایران داک، SID و فصلنامه‌های مرتبط نیز استفاده شده است.

مبانی نظری و پیشینه تحقیقات داخلی و خارجی

در این بخش ابتدا به مبانی نظری تحقیق و مفاهیم کلیدی پرداخته شده است و در ادامه در جداول ۲ و ۱ به مرور ادبیات داخلی و خارجی پرداخته شده است:

اکوسیستم کارآفرینی

مفهوم اکوسیستم کسب و کار نخستین بار توسط مور (۱۹۹۳) معرفی شد. یک مدل تکاملی چهار مرحله‌ای از ظهور اکوسیستم - تولد، بسط و گسترش، رهبری و خود نوسازی را ارائه داد که در آن اکوسیستم از یک مجموعه‌ای از عناصر تصادفی به یک اجتماع ساختار یافته تکامل می‌یابد بر اساس دیدگاه مور پیدایش اکوسیستم به عنوان دوره زمانی شناخته می‌شود که از ابتدای کشف یا اختراع تا تجاری سازی یک نوآوری را مفهوم سازی می‌نماید. از نظر مور بازیگران در اکوسیستم کسب و کار، بنگاه‌ها یا شرکت‌ها، ذینفعان، دولت‌ها و قانونگذاران هستند که به طور مستقیم در خلق ارزش مشترک درگیر هستند. (Spigel, 2017) با شکل‌گیری اکوسیستم و بکارگیری ظرفیت‌ها و توانمندی همه بازیگران توان ایجاد ارزش می‌یابد، اثرگذاری شبکه اکوسیستم امکان بکارگیری ظرفیت‌ها و توانمندی‌های سایر بازیگران را افزایش می‌دهد. در این بستر ذینفعان با انباشت سرمایه انسانی و سرمایه دانش اقدام به تولید، توزیع، جذب و تجاری سازی دانش جدید می‌کنند و کارآفرینی نوآورانه را به ارمغان می‌آورند (Gholizadeh, 2022).

کسب و کار دیجیتالی

عصر دیجیتالی شدن تغییرات قابل توجه در مفاهیم ایجاد نموده است. کارآفرینی نیز از این قاعده مستثنی نبوده و در تعریف سنتی آن با تعریف کارآفرینی دیجیتالی شکاف قابل توجهی وجود دارد. (Sussan and Acs, 2017) به ویژه، اکوسیستم‌های دیجیتالی نقش مهمی به عنوان شتاب دهنده، مطالعات گسترده در مورد نوآوری دیجیتال و کارآفرینی بازی می‌کند. دیجیتالی شدن عمدتاً روی شرکت‌های مشخص و سازمانی متمرکز است. مفهوم کارآفرینی دیجیتالی در حال گسترش است و یک الگوی جدید کارآفرینی، که دارای دو ویژگی اصلی است را ایجاد نموده است: اول اینکه، کسب و

کار دیجیتالی با استفاده از اینترنت به صورت کاملاً متمرکز فعال می‌شود و فن آوری‌های دیجیتال پایه و اساس این نوع کسب و کار است؛ دوم، اساس این سبک کسب و کار نوآوری است و لزوماً پتانسیل نوآوری را نیز افزایش می‌دهد. (Elia, 2020) بعلاوه کارآفرینی دیجیتالی نتیجه تعامل سه عنصر مجزا اما مرتبط، یعنی مصنوعات دیجیتال، زیرساخت‌های دیجیتال و سیستم عامل‌های دیجیتالی می‌باشد (Nambisan et al, 2017). از طرفی مفهوم کارآفرینی دیجیتال به ایجاد سرمایه گذاری‌های جدید اشاره می‌کند و تحول در مشاغل موجود با توسعه فن آوری‌های دیجیتال جدید را ایجاد می‌کند. کارآفرینی دیجیتال نمایانگر یک ستون اساسی برای توسعه اقتصادی دیجیتال است (Shen and Lindsay, 2018)، و لزوم پیگیری فرصت‌های کارآفرینی را مبتنی بر رسانه‌ها و فناوری‌های دیجیتال مطرح می‌کند (Hosu, 2016). محققین شش جریان تحقیقاتی در زمینه دیجیتال را شناسایی کردند: کارآفرینی و طراحی مدل‌های کسب و کار دیجیتالی، فرآیند کارآفرینی دیجیتال، استراتژی‌های پلتفرم، اکوسیستم دیجیتال، آموزش کارآفرینی دیجیتال و کارآفرینی اجتماعی. (Kraus et al, 2018)

در ادامه و جدول ۲ مرور ادبیات و پیشینه تحقیقات داخلی ارائه شده است:

جدول ۲- مرور ادبیات و پیشینه تحقیقات داخلی

ردیف	نام محقق	سال	عنوان	نتایج
۱	سلام زاده و همکاران	۱۳۹۹	بررسی تاثیر گسترش شبکه‌های اجتماعی بر توسعه کارآفرینی: تبیین نقش تعدیل گر زیرساخت‌های فناوری‌های دیجیتال و هنجارهای اجتماعی	یافته‌های این تحقیق مشخص نموده است که گسترش شبکه‌های اجتماعی، هنجارهای اجتماعی و زیرساخت‌های فناوری دیجیتال تاثیر مثبتی بر توسعه کارآفرینی در شبکه‌های اجتماعی دارد.
۲	دنیا کاظمی زاده	۱۳۹۸	طراحی مدل بازاریابی دیجیتال محور در صنعت هتلداری (مورد مطالعه: هتل‌های فعال در سطح شهر کرمانشاه)	نتایج این پژوهش، ابعاد سه‌گانه‌ای را برای مدل استراتژی بازاریابی دیجیتال محور شامل ویژگی‌های برند، ویژگی‌های مشتریان و ویژگی‌های شرکت تعیین نموده است. این پژوهش ارتباط استراتژی بازاریابی دیجیتال با عملکرد در صنعت هتلداری را نشان می‌دهد.
۳	میگونی پور و همکاران	۱۳۹۸	طراحی اکوسیستم کارآفرینی پردیس دانشگاهی با رویکرد	عامل بهبود سیاست‌ها و قوانین دانشگاه، ایجاد و گسترش زیرساخت‌های مورد نیاز برای

ردیف	نام محقق	سال	عنوان	نتایج
			مدلسازی ساختاری- تفسیری	ایجاد اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی، ارتقا سطوح سیاست‌گذاری و مدیریت منابع مالی دانشگاه، بالابردن شدت و سطح تحقیق و توسعه در اکوسیستم دانشگاه، تاثیر زیادی در ایجاد ایجاد اکوسیستم کارآفرینانه پردیس دانشگاه دارند.
۴	مینا خرم آبادی	۱۳۹۸	بررسی تاثیرات مدیریت استراتژیک بازاریابی دیجیتال بر مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد شرکت	یافته‌ها نشان داد که بین مدیریت استراتژیک بازاریابی دیجیتال بر مدیریت ارتباط با مشتری رابطه معناداری وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که مدیریت استراتژیک بازاریابی دیجیتال بر عملکرد شرکت تاثیر معنی دار داشته است مدیران بایستی برای رشد و بقا در عرصه رقابت اقتصادی، شرکت‌ها و سازمان‌ها باید به مدیریت استراتژیک بازاریابی دیجیتال اهمیت ویژه‌ای داده و ارتباط خود را با مشتریان از طریق مدیریت ارتباط با مشتری بیش از پیش افزایش دهند.
۵	سخته و آصف	۱۳۹۷	عوامل موثر بر نوآوری باز در کارآفرینی دیجیتال	در این تحقیق با برآیند دو فاز، به چهار عامل تأثیرگذار شامل محیط، خصوصیات فردی، قابلیت های کسب و کار و فعالیت های استراتژیک به همراه شاخص های هر کدام دست یافته اند.
۶	پور ابراهیمی	۱۳۹۷	طراحی الگوی پیش نیازها و تسهیل کننده‌های بانکداری دیجیتال	نتایج حاصله بر اساس داده‌های جمع آوری شده در این تحقیق نشان می‌دهد که در حوزه پیش نیازها و تسهیل کننده‌های بانکداری دیجیتال در صنعت بانکداری ایران هشت مفهوم یادگیری سازمانی، قابلیت‌های فناورانه مبتنی بر بانکداری دیجیتال، انطباق با قوانین بانکداری اسلامی، سازگاری قانونی نظام بانکداری دیجیتال، مدیریت و اصلاح فرایندهای بانکی، استراتژی بانکداری دیجیتال، نوآوری باز و مدیریت ارتباط با مشتری بانکداری دیجیتال و سه مقوله کلیدی و حیاتی الزامات و زیرساخت‌های بانکداری دیجیتال، مدیریت استراتژیک دیجیتال و شراکت دانشی بانکداری دیجیتال باید مورد نظر قرار گیرد که

ردیف	نام محقق	سال	عنوان	نتایج
				در قالب الگوی پیش نیازها و تسهیل‌کننده‌های بانکداری دیجیتال در صنعت بانکداری ایران ارائه شده است.
۷	محمودی حسنی	۱۳۹۷	سنجش مهارت‌های کسب و کاری و تکنیکی بازاریابان دیجیتال	بر اساس نتایج این تحقیق؛ امنیت، سرعت خدمات، همراهی با مصرف‌کننده، اعتماد و مسایل مربوط به حریم خصوصی، از مهمترین عوامل در انتخاب یک بازاریاب دیجیتال توسط مشتری می‌باشد.
۸	یادگاری	۱۳۹۷	امکان‌پذیری ایجاد و کاربرد پول دیجیتال برای پرداخت‌های درون‌شرکتی در ایران	نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های این پژوهش نشان داد که امکان ایجاد پول دیجیتال برای پرداخت‌های درون‌شرکتی وجود دارد و ایجاد و کاربرد پول‌های دیجیتال با در نظر گرفتن هزینه‌ها و منافع مختلف آن، برای شرکت‌های ایرانی سودآور خواهد بود.
۹	زینب ارزانی	۱۳۹۷	شناسایی عوامل موثر بر سازگاری کسب و کارهای کوچک و متوسط با بازاریابی دیجیتال	بر اساس نتایج پژوهش؛ پذیرش فناوری، استراتژی، منابع انسانی، فرهنگ سازمانی، مدیریت دانش و هزینه بر سازگاری کسب و کارهای کوچک و متوسط با بازاریابی دیجیتال تاثیر گذار است.
۱۰	امینی فرد	۱۳۹۶	بررسی نقش بازاریابی دیجیتال در توسعه کسب و کار از طریق شبکه اجتماعی LinkedIn	یافته‌های تحقیق نشانگر این بودند که کاربران شبکه اجتماعی لینکدین به اهمیت این شبکه در بازاریابی دیجیتال و توسعه کسب و کار معتقد هستند. همچنین بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی لینکدین توسط مخاطبین و میزان بازدید منظم آنها رابطه مستقیم وجود دارد. مهمترین و اصلی‌ترین نتایج این پژوهش می‌توان به افزایش بینش تکنولوژی افراد و معرفی کار تخصصی به افراد جوینده کار و اشتغال‌زایی و کارآفرینی و بالابردن بهره‌وری نیروی انسانی اشاره نمود.

در ادامه و جدول ۳ مرور ادبیات و پیشینه تحقیقات خارجی ارائه شده است:

جدول ۳- مرور ادبیات و پیشینه تحقیقات خارجی

ردیف	نام محقق	سال	عنوان	نتایج
1	Dicuonzo et al,	2022	نقش کارآفرینی تحول آفرین در مدیریت یک پلت فرم دیجیتال:	یافته‌ها نشان می‌دهد که پیاده‌سازی پلت‌فرم‌های دیجیتال از کارآفرینی حمایت می‌کند و به شرکت‌ها اجازه می‌دهد به ارائه خدمات خود علی‌رغم تعطیلی اجباری فروشگاه‌ها در همه‌گیری کوید ۱۹ ادامه دهد.
2	Chatterjee et al	2021	تحول دیجیتال و فرآیند کارآفرینی در SMEهای هند:	این مطالعه نشان می‌دهد که سودمندی درک شده، سهولت استفاده درک شده و تمایل به تغییر به طور قابل توجهی بر کارآفرینی دیجیتال شرکتی برای شرکت‌های کوچک و متوسط هند تأثیر می‌گذارد. این مطالعه همچنین نشان می‌دهد که این دو ناظر تأثیرات قابل توجهی بر روابط بین کارآفرینی دیجیتال شرکتی و پیش‌بینی‌کننده‌های آن دارند.
3	Li&Shaheer	۲۰۲۰	چگونگی نوآوری‌های دیجیتال بین المللی در یک دنیای مجازی	این تحقیق به درک بهتر فرایند بین المللی سازی در یک زمینه و بافت دیجیتالی کمک می‌کند و همچنین دیدگاه تقاضا محوری را برای تحقیقات بین المللی سازی کارآفرینی دیجیتال گسترش می‌دهد.
4	Skilton et al	۲۰۲۰	هویت دیجیتالی و ایجاد تمایز در بین کارخانه‌های شراب سازی آمریکا	نتایج تحقیق نشان می‌دهد چگونه کارآفرینی دیجیتالی هویت سازمانی متمایز را شکل می‌دهند و به ایجاد ارزش متمایز کمک می‌کنند. این تحقیق تئوری مبتنی بر ساختن بیانیه‌های هویت بیان شده دیجیتالی شدن و نقش آنها در تعامل ذینفعان و ایجاد ارزش را توسعه داده است.
5	Nambisan& Baron	۲۰۱۹	در مورد هزینه‌های کارآفرینی دیجیتال: تضاد نقش، استرس و سرمایه گذاری عملکرد در اکوسیستم های مبتنی بر پلت فرم دیجیتال	بر اساس این پژوهش پیش بینی می‌شود که در اکوسیستم‌های دیجیتالی رابطه مثبت بین تضاد نقش و استرس وجود دارد بعلاوه اکوسیستم کارآفرینی دیجیتالی رابطه استرس و عملکرد سرمایه گذاری را تعدیل می‌کند. همچنین خودکنترلی کارآفرینان نقش تعدیلگر را در این ارتباط ایفا می‌کند.
6	Cavallo et al	۲۰۱۹	تقویت کارآفرینی دیجیتال از راه اندازی تا مقیاس بندی: نقش صندوق‌های سرمایه گذاری و فرشتگان کسب و کار	کارآفرینی دیجیتالی برای تقویت رشد به منابع خارجی تأمین اعتبار متکی است. بر اساس نتایج این تحقیق، شواهدی در مورد سهم گروه‌های فرشتگان کسب و کار در رشد سرمایه گذاری‌های جدید دیجیتال در هر دو مرحله وجود نداشته است لذا در این تحقیق با توجه به ادبیات موجود در مورد تأمین اعتبار سرمایه گذاری، بحث و بررسی

ردیف	نام محقق	سال	عنوان	نتایج
				صورت گرفته است.
7	Dy AM	۲۰۱۹	ادبیات کارآفرینی ، برای ارائه بینش برای محققان و دست اندرکاران کارآفرینی دیجیتال	این مقاله مفهومی به طور انتقادی تجزیه و تحلیل می کند که آیا فناوری های دیجیتال پتانسیل سطح بندی را دارند یا خیر. این مقاله زمینه کارآفرینی ، و یک دیدگاه جامع تر و متنوع از روند را ارائه می دهد. پدیده قابل توجه و در عین حال غیر قابل کشف. ترسیم بر سه لنز نظری گسترده: اقتصادی نئوکلاسیک نظریه کارآفرینی ، نظریه های سایبرفیرمین فن آوری و رویکردهای تعبیه اجتماعی کارآفرینی ، فرضیات رایج در مورد کارآفرینی دیجیتالی را به عنوان یک نیروی برابری مورد انتقاد قرار می دهد.
8	Fossen & Sorgner	۲۰۱۹	دیجیتالی کردن کسب و کار و ورود به کارآفرینی	نتایج حاکی از آن است که کارمندان با مهارت و مهارت بالا در مشاغل فناوری اطلاعات و ارتباطات که با دیجیتال سازی مخرب روبرو هستند ، احتمال تبدیل شدن به کارآفرینانی که دارای مشاغل غیرقانونی هستند ، افزایش یافته است. با این حال ، کارآفرینی به نظر نمی رسد گزینه مناسبی برای افراد کم مهارت و تحت تأثیر دیجیتال سازی مخرب باشد. ما بیشتر می دانیم که شروع به کار در یک شرکت زایشی محتمل تر است و شروع به کار در یک شرکت نوظهور برای کارمندان روبرو با دیجیتال سازی تحول آمیز کمتر است. ظاهراً ، پیشرفت در هوش مصنوعی فرصت هایی برای کارآفرینی رشد محور ایجاد می کند ، بلکه هزینه فرصت کارآفرینی کمتر جاه طلب را نیز افزایش می دهد.
9	Cavallo & Ghezzi	۲۰۱۸	نوآوری مدل کسب و کار پویا در کارآفرینی دیجیتال	استارت آپ های دیجیتالی در مراحل اولیه توسعه خود معمولاً از معماری ارزش و مدل تجاری خود نوآوری می کنند.
10	Martin Obschonka	۲۰۱۸	استفاده از ردپای دیجیتالی در تحقیقات کارآفرینی: یک تحلیل شخصیتی مبتنی بر توئیتر از کارآفرینان و مدیران فوق ستاره ای	تحقیقات نشان می دهد که ردپای دیجیتالی افراد ، به عنوان مثال در توئیتر و فیس بوک ، می توانند اطلاعات قابل توجهی در مورد ویژگی های شخصیتی آنها نشان دهند. در این مطالعه ، ما از ردپای دیجیتالی برای به دست آوردن بینش و شخصیت کارآفرینان و مدیران فوق ستاره ای (بسیار موفق)، که مورد مطالعه این تحقیق هستند استفاده می کنیم.

بحث و نتیجه گیری

امروزه پایداری و رشد اقتصادی و توازن نیازهای اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی یک نگرانی عمده برای توسعه پایدار و رفاه اجتماعی است. کارآفرینی پایدار مستلزم فعالیت‌های اکتشافی و بهره‌برداری با بهترین نتایج در بازارهای توسعه یافته و یا در حال توسعه است. اقدامات کارآفرینانه در اکوسیستم‌های کارآفرینی شکوفا می‌شوند که در آن مزایای تعامل با بازیگران اکوسیستم، دستیابی به منابع و دانش را افزایش می‌دهد، ریسک را کاهش داده و به کسب و کارهای کارآفرین، مشروعیت می‌بخشد (Divito & Ingen-Housz, 2019). کسب و کارهای دیجیتال شامل به‌کارگیری فناوریهای دیجیتال در بطن کسب و کارها با استفاده از ویژگیهای این فناوری برای ایجاد ارزش، رشد، نوآوری و خلق شغل است این شکل از کسب و کار اگر چه در ظاهر مطلوب و مورد قبول همگان است اما برای پشتیبانی سیاستگذاران از طرح توسعه کسب و کارهای دیجیتالی، موانع و چالشهایی وجود دارد که با ارزیابی و گرفتن بازخورد از فرایندها می‌توان به بهبود این نوع کسب و کار کمک کرد. عواملی چون فقدان دانش دیجیتالی برای تغییر کسب و کار، نبود فرهنگ کارآفرینی دیجیتال، پایین بودن سطح مهارت‌های کارآفرینی دیجیتال، دشواری در دسترسی به منابع مالی و سرمایه‌گذاری، نبود پایگاه‌های دانش دیجیتال و بازار و ... در این حوزه حائز اهمیت و توجه است. این تحقیق با هدف طراحی الگوی مفهومی توسعه اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای دیجیتالی بر آن است به کسب و کارها برای حرکت به سمت دیجیتالی شدن، که نتیجه آن بهبود بهره‌وری و رقابت‌پذیری خواهد بود؛ مدد رساند.

بر اساس مطالعات صورت گرفته «تحلیل نقشه‌های علمی و انطباق با اسناد موجود» ابعاد ششگانه زیر جهت توسعه اکوسیستم کسب و کارهای دیجیتالی ارائه می‌شود:

۱. سیاست

"سیاست کارآفرینی" هرگونه مداخله دولت در جهت بهبود اکوسیستم کارآفرینی، تسهیل فعالیت‌های بخش خصوصی یا توانمندسازی مشاغل است (Ramadani, & Dana, Rezaei 2017) دولت‌ها نقش هدایتگری اکوسیستم کارآفرینی را برعهده دارند و در

ساخت و حفظ اکوسیستم کارآمد نقش حیاتی ایفا میکنند (Spigel, 2015) سیاستهای کارآفرینانه مفهومی چند بعدی است و عمدتاً در دو گروه اقتصادی و اجتماعی جای می‌گیرند. سیاست‌های اقتصادی معمولاً با هدف بهبود تشویق کسب و کارها و ارائه خدمات حمایتی مناسب برای کسب و کارها تعیین میشود. سیاستهای اجتماعی نیز عمدتاً مرتبط با فعالیت‌های پایین به بالاست که به دنبال تحول هنجارها در جوامع هستند (Williams & Huggins, 2011) دولت و رهبری از ابعاد سیاستهای کارآفرینی است که نه تنها از فعالیت‌های کارآفرینی حمایت می‌کنند، بلکه قوانین و مقرراتی نیز برای اداره آن ارائه می‌دهند (سیاستهای دولت باید به صورت جامع بوده و شامل سیاستهای سطح خرد و کلان و همزمان از بالا به پایین و پائین به بالا باشد) (Mazzarol, 2014)

۲. منابع مالی

تأمین مالی برای راه اندازی و توسعه شرکتهای اهمیت زیادی دارد. از این رو، در دسترس بودن منابع مالی از ویژگیهای مهم اکوسیستم‌های کارآفرینانه است. کارآفرینان نیازمند انواع خدمات مالی شامل تسهیلات سپرده، دسترسی به اعتبار، سرمایه و ضمانت در حوزه مالی، نهادهای خصوصی، دسترسی به صندوق سرمایه مخاطره آمیز و سرمایه فرشتگان کسب و کار هستند. (Arruda, 2015)

۳. حمایتها

حمایتهای غیرمالی شامل دسترسی به زیرساختهای مناسب (حمل و نقل، دسترسی سریع به اینترنت، انرژی)، حمایت‌های حرفه‌ای (حقوقی، حسابداری) و نهادهای توسعه دهنده کارآفرینی (مراکز منابع تجاری کوچک، اتاقهای بازرگانی، مسابقات برنامه‌های تجاری) است (Liguori et al, 2019). حمایتها و ارائه خدمات حرفه‌ای شامل خدمات قانونی، حسابداری، املاک و مستغلات، بیمه و مشاوره باید به صورت یکپارچه، قابل دسترس و مؤثر باشند (Stam, 2016) سایر حمایتهای غیرمالی، شامل ارائه خدمات مشاوره، کاهش مالیات و ایجاد مراکز تحقیق و توسعه است. (Arruda, 2015).

(Arruda)

۴. بازارها

یکی از مهمترین عواملی که به توسعه اکوسیستمهای کارآفرینی منجر میشود، دسترسی به بازارهاست (Domańska & Zajkowski, 2019) که شامل دسترسی به کانالهای توزیع، شبکه‌ها و غیره است (Liguori, 2019)

۵. سرمایه انسانی

سرمایه انسانی یکی از ابعاد مهم و ضروری در شکل‌گیری اکوسیستم‌های کارآفرینی و یکی از عوامل مهم مؤثر بر عملکرد کارآفرینی سرمایه‌های انسانی است. (Arruda, 2015)

۶. فرهنگ

فرهنگ به عنوان یکی از عناصر مهم سیستم کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفته است. فرهنگ در اکوسیستم کارآفرینی از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته، از جمله میزان تحمل تغییر، ریسک‌پذیری (Winsor & Walsh, 2019) و فرهنگ اعتماد و امنیت در منطقه فرهنگ بومی اکوسیستم کارآفرینانه باعث تقویت ریسک‌پذیری و اعتماد می‌شود

فرهنگ کارآفرینی از عوامل اصلی تعیین‌کننده موفقیت در اکوسیستم کارآفرینی است (Brown & Mason, 2014). بر اساس مرور ادبیات و پیشینه تحقیق و مطالعات علم سنجی الگوی مفهومی پژوهش ارائه می‌شود:



شکل ۵- الگوی مفهومی پژوهش

پیشنهادات راهبردی توسعه اکوسیستم کسب و کارهای دیجیتالی

استفاده از فناوری دیجیتال نیاز به آموزش دارد. پیشنهاد می‌شود با تعریف واحدهای درسی مرتبط، آگاهی، دانش و بینش ابتدایی در مدارس و دبیرستانها در اختیار دانش آموزان قرار گیرد. این امر به دانش آموزان این امکان را می‌دهد که با پرواز افکار و توسعه ایده پردازی، اقدامات نوآورانه جهت پاسخگویی به نیاز جامعه در دوران جوانی داشته باشند.

کسب و کار دیجیتال با فناوری نوین نقش مهمی نه تنها در اقتصاد، بلکه در زندگی اجتماعی افراد دارند. فناوری اطلاعات و ارتباطات، تحولات زیادی در کلیه فعالیتهای اجتماعی از جمله کارآفرینی به وجود آورده و به عنوان مهم ترین ابزار کارآفرینی مدرن مورد توجه قرار گرفته است. همچنین کارآفرینی در فناوری اطلاعات پهنه وسیعی برای فعالیت دارد. کارآفرینی لازمه توسعه فناوری و توسعه فناوری بستر کارآفرینی است. ایجاد ارتباط با کشورهای فناور محور به منظور جذب و توسعه فناوری به توسعه

کسب و کارهای دیجیتال کمک خواهد کرد

کارآفرینی و کسب و کار دیجیتال، عاملی مهم در تقویت پول ملی و در نهایت افزایش درآمد ملی (NI) است. افزایش رشد ناخالص ملی (GNP) با هر صورتی که محاسبه شود، توسط مختصات این نوع کارآفرینی قابل وصول است. کارآفرینی و کسب و کارهای دیجیتال در ایران در حال شکل‌گیری است. ارتقای ضریب نفوذ اینترنت در کشور و فراگیر شدن IT در ایران، زمینه‌های بروز کارآفرینی و کسب و کار دیجیتالی را خلق کرده است. این مقوله می‌تواند در حوزه‌های مختلف از جمله: بانکداری الکترونیک، تجارت الکترونیک، روابط عمومی الکترونیک، آموزش الکترونیک و گردشگری الکترونیک کسب و کارهای خرد، کسب و کارهای خانگی و... اتفاق بیفتد و زمینه کسب و کار و اشتغال‌زایی مولد هزاران نیروی مستعد را فراهم کند. لذا کسب و کار دیجیتالی، فرصتی ارزشمند برای تقویت و خلق نوآوری‌های دیجیتالی و بالندگی و نشاط در جامعه اطلاعاتی ایران است. بر این اساس تئوری پردازی و مطالعه و کنکاش در این حوزه بسترهای لازم را برای پیشرفت مهیا می‌کند. توسعه مفهومی و بومی سازی در این راستا پیشنهاد می‌شود.

نوآوری و خلاقیت متناسب با بوم و زمینه‌ی مناطق توسط افراد بومی؛ (بومی سازی نوآورانه‌ی مدل‌های کسب و کار دیجیتال) به منظور پاسخگویی به نیاز جوامع از اهم اقدامات است. بر این اساس پیشنهاد می‌شود ضمن تعیین قوانین مناسب جهت حمایت از مالکیت معنوی؛ تشویق و ترغیب کارآفرینان جهت ایده پردازی و نوآوری جهت ارائه راه حل‌های ایتکاری صورت پذیرد.

رکن رکین توسعه کارآفرینی دیجیتال؛ فناوری و ساختار است. بر این اساس پیشنهاد می‌شود زیر ساخت مناسب همسو با تغییرات در صنعت ۴ در دستور کار سیاستگذاران قرار گیرد و به منظور توسعه عدالت اقتصادی زیر ساخت‌های لازم در اقصی نقاط کشور ایجاد شود.

کسب و کار دیجیتالی، شیوه‌های جدید برای توسعه کسب و کار در دنیای جدید است؛ دنیایی که از آن به عنوان دنیای دیجیتال یا دهکده جهانی نام می‌بریم. دهکده جهانی فرصتی طلایی برای افرادی است که می‌خواهند با کمترین هزینه و ابزار، حداکثر بازدهی را در کار هدفمند خود به دست آورند. بر این اساس پیشنهاد می‌شود زمینه

آموزش و مهارت افزایی افراد (کارآفرینان) جهت فعالیت در اکوسیستم کسب و کارهای دیجیتال توسط سازمانها و نهادهای مرتبط از جمله سازمان فنی و حرفه‌ای کشور و وزارت کار تعاون و رفاه اجتماعی ایجاد شود. امید است این پژوهش بتواند بینش‌های ارزشمندی در ارکان کلیدی برای توسعه اکوسیستم کسب و کارهای دیجیتالی ایجاد نماید.

پی‌نوشت‌ها

1. European Commission

منابع

- ارزانی، زینب (۱۳۹۷) شناسایی عوامل موثر بر سازگاری کسب و کارهای کوچک و متوسط با بازاریابی دیجیتال، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی رجاء
- امینی فرد سمیرا (۱۳۹۶) بررسی نقش بازاریابی دیجیتال در توسعه کسب و کار از طریق شبکه اجتماعی LinkedIn، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: بهروز کاوه ئی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشکده ادبیات، علوم انسانی و اجتماعی.
- بختیاری، مرضیه، موسی خانی، مرتضی، الوانی، سیدمهدی، حسینی، سیدرسول. (۱۳۹۸). بکارگیری روش علم سنجی در راستای آمایش آموزش عالی برای توسعه ی کارآفرینی دانشگاهی. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۱۳۹۸ (۳۸)، ۱-۹
- پور ابراهیمی نینا (۱۳۹۷) طراحی الگوی پیش نیازها و تسهیل کننده‌های بانکداری دیجیتال، رساله دکتری، استاد راهنما: اسدالله کردنائیج، دانشگاه تربیت مدرس
- حقیقی نسب، منیژه، پازری، محسن، عدالتیان شهریار، جمشید. (۱۳۹۹). طراحی شبکه ایجاد ارزش مشترک مبتنی بر نوآوری در اکوسیستم کارآفرینی فناوری. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، 13(4), 541-560.
- خرم آبادی مینا (۱۳۹۸) بررسی تاثیرات مدیریت استراتژیک بازاریابی دیجیتال بر مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد شرکت، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: منوچهر نیکنام، دانشگاه البرز، دانشکده مدیریت و حسابداری
- سخته شقایق، کریمی آصف (۱۳۹۷) عوامل موثر بر نوآوری باز در کارآفرینی دیجیتال، توسعه کارآفرینی: زمستان ۱۳۹۷، دوره ۱۱، شماره ۴؛ از صفحه ۷۳۹ تا صفحه ۷۳۷
- سلام زاده، آ.، و هادی زاده، م.، و مرتضوی، س. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر گسترش شبکه‌های اجتماعی بر توسعه کارآفرینی: تبیین نقش تعدیل گر زیرساخت‌های فناوری‌های دیجیتال و هنجارهای اجتماعی. مطالعات رسانه ای، ۱۵ (۴۹)، ۳۷-۵۱.

کاظمی زاده دلنیا (۱۳۹۸) طراحی مدل بازاریابی دیجیتال محور در صنعت هتلداری (مورد مطالعه: هتل های فعال در سطح شهر کرمانشاه)، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: سیدرضا حسنی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه، دانشکده ادبیات و علوم انسانی محمد کاظمی، رضا، طالبی، کامبیز، داوری، علی، دهقان نجم آبادی، عامر. (۱۴۰۰). طراحی مدل توانمندسازی کسب و کارهای کوچک و متوسط دانش بنیان با رویکرد دیمتل. فصلنامه انجمن علوم مدیریت ایران، ۱۶(۶۱)، ۱-۱۶.

محمودی حسنا (۱۳۹۷) سنجش مهارت های کسب و کاری و تکنیکی بازاریابان دیجیتال، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: آرمان احمدی نژاد، دانشگاه کردستان، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی

میگون پوری، محمدرضا، عربیون، ابولقاسم، پوربصیر، محمد مهدی، مبینی دهکردی، علی. (۱۳۹۸). طراحی اکوسیستم کارآفرینی پردیس دانشگاهی با رویکرد مدلسازی ساختاری- تفسیری. فناوری آموزش، ۱۳(۴)، ۹۶۹-۹۸۰.

ملک زاده غلامرضا، سلطانی فرشته (۱۳۹۳) سیستم های هوشمندی کسب و کار و تحول گرایی مدیران در شرکت های کوچک و متوسط، فصلنامه رشد فناوری، سال یازدهم، شماره ۴۱، زمستان ۱۳۹۳ یادگاری حمیده (۱۳۹۷) امکان پذیری ایجاد و کاربرد پول دیجیتال برای پرداخت های درون شرکتی در ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: مهدی نصرتی، دانشگاه البرز، دانشکده مدیریت و حسابداری

Awawdeh, H., Abulaila, H., Alshanty, A., & Alzoubi, A. (2022). Digital entrepreneurship and its impact on digital supply chains: The mediating role of business intelligence applications. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 233-242.

Andrea Geissinger, Christofer Laurell, Christian Sandström, Klas Eriksson, Rasmus Nykvist (2019) Digital entrepreneurship and field conditions for institutional change- Investigating the enabling role of cities, *Technological Forecasting and Social Change*, Volume 146, September 2019, Pages 877-886

Arruda, C., Nogueira, V. S., Cozzi, A., & Costa, V. (2015). The Brazilian entrepreneurial ecosystem of startups: an analysis of entrepreneurship determinants in Brazil and the perceptions around the Brazilian regulatory framework. In *Entrepreneurship in BRICS* (Vol. 2, pp. 9-26). Springer, Cham

Amit, R. and Zott, C. (2001) Value Creation in E-Business. *Strategic Management Journal*, 22, 493-520

Angela Martinez Dy (2019) Levelling the playing field? Towards a critical-social perspective on digital entrepreneurship, *Futures*, In press, corrected proof, Available online 9 July 2019, Article 102438

Antonio Ghezzi Angelo Cavallo (2018) Agile Business Model Innovation in Digital Entrepreneurship: Lean Startup Approaches, *Journal of Business Research*

Available online 23 June 2018

- Baumann O., Schmidt J., Stieglitz N.(2019) Effective Search in Rugged Performance Landscapes: A Review and Outlook, *Journal of Management*
- Cavallo Angelo , Antonio Ghezzi, Claudio Dell'Era, Elena Pellizzoni(2019) Fostering digital entrepreneurship from startup to scaleup: The role of venture capital funds and angel groups, *Technological Forecasting & Social Change* 145 (2019) 24–35
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Vrontis, D., & Basile, G. (2021). Digital transformation and entrepreneurship process in SMEs of India: a moderating role of adoption of AI-CRM capability and strategic planning. *Journal of Strategy and Management*.
- Dicuonzo, G., Donofrio, F., Fusco, A., & Ranaldo, S. (2022). The role of transformational entrepreneurship in managing a digital platform: the case of Yamamay. *Journal of Strategy and Management*.
- Divito, L., & Ingen-Housz, Z. (2019). From Individual Sustainability Orientations To Collective Sustainability Innovation And Sustainable Entrepreneurial Ecosystems. *Small Business Economics*, 20, 1-30.
- Gholizadeh, salar. Mohammadkazemi, Reza. (2022). International Entrepreneurial Opportunity: A systematic review, meta-synthesis, and future research agenda, *Journal of International Entrepreneurship*, Vol 20, Issue 1 (March 2022)
- Gianluca Elia , Alessandro Margherita, Giuseppina Passiante(2020) Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process, *Technological Forecasting & Social Change for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurships. The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project*.
- Fernandes, C., Ferreira, J. J., Veiga, P. M., Kraus, S., & Dabić, M. (2022). Digital entrepreneurship platforms: Mapping the field and looking towards a holistic approach. *Technology in Society*, 101979.
- European Commission- Global startup ecosystem(Annual report 2018)
- Hull, R., & King, R. (1987). Semantic database modeling: Survey, applications, and research issues. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 19(3), 201-260
- Haarhaus, T., Geiger, J.-M., Liening, A.(2018) The influence of digitalization on emergent processes of entrepreneurial ecosystems - A complexity science perspective, *International Conference on Information Systems 2018, ICIS 2018*
- Hosu, I., Iancu, I, 2016. Digital Entrepreneurship and Global Innovation. *IGI Global*
- Hasnain Zaheer, Yvonne Breyer, John Dumay(2019) Digital entrepreneurship: An interdisciplinary structured literature review and research agenda, *Technological Forecasting and Social Change*, Volume 148, November 2019, Article 119735
- Frank M.FossenabAlinaSorgner(2019) Digitalization of work and entry into entrepreneurship, *Journal of Business Research* Available online 6 November

2019

- Sussan, F., Acs, Z.J., 2017. The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Econ.* 49 (1), 55–73.
- Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., Song, M., 2017. Digital innovation management: reinventing innovation management research in a digital world. *MIS Quart.* 4 (1), 223–238
- Liguori, E., Bendickson, J., Solomon, S., & McDowell, W. C. (2019). Development of a multi-dimensional measure for assessing entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(1-2), 7-21
- Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Final report to OECD, Paris, 30(1), 77-102 .
- MartinObschonka, ChristianFisch, RyanBoyd(2017) Using digital footprints in entrepreneurship research: A Twitter-based personality analysis of superstar entrepreneurs and managers, *Journal of Business Venturing Insights*, Volume 8, November 2017, Pages 13-23
- Mazzarol, T. (2014). Growing and sustaining entrepreneurial ecosystems: The role of regulation, infrastructure and financing.
- Mohammadmazemi, Reza. Nikraftar, H. Yadollahi Farsi, J. Ahmadpour, M. (2019). The Concept of International Entrepreneurial Orientation in Competitive Firms: A Review & A Research Agenda. *International Journal of Entrepreneurship*, Volume 23, Issue 3, 2019.
- Mohammadmazemi, Reza.; Ebrahimi, B.P.; Shiri, M. . (2020), *Mobile Marketing Influence on Football Fan Behavior: The Case of FC Persepolis*; *International Journal of Sport Management and Marketing*, Volume 20, Issue 5/6, pp 405-427, Publisher: Inderscience publishers.
- Neff, M., & Corley, E. (2009). 35 years and 160,000 articles: A bibliometric exploration of the evolution of ecology. *Scientometrics*, 80(3), 657–682. doi.org/10.1007/s11192-008-2099-3
- Isenberg, D. J. (2011). *The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm*
- Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., Song, M., 2017. Digital innovation management: reinventing innovation management research in a digital world. *MIS Quart.* 41(1), 223–238
- Rezaei, S., Dana, L. P., & Ramadani, V. (Eds.). (2017). *Iranian entrepreneurship: Deciphering the entrepreneurial ecosystem in Iran and in the Iranian diaspora*. Springer.
- Steininger D.M.(2019) Linking information systems and entrepreneurship: A review

- and agenda for IT-associated and digital entrepreneurship research, *Information Systems Journal*
- Stam, F. C., & Spigel, B. (2016). Entrepreneurial ecosystems. USE Discussion paper series, 16(13).
- Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49–72.
- Shen, K.N., Lindsay, V., Xu, Y., 2018. Digital entrepreneurship. *Inf. Syst. J.* 28 (6), 1125–1128.
- Spigel, B. (2015). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72
- Shaheer, Noman Ahmed Sali, Li (2020) The CAGE around cyberspace? How digital innovations internationalize in a virtual world, *Journal of Business Venturing*, Volume 35, Issue 1, January 2020
- Steininger D.M.(2019) Linking information systems and entrepreneurship: A review and agenda for IT-associated and digital entrepreneurship research, *Information Systems Journal*
- Satish Nambisan, Robert A. Baron(2019) On the costs of digital entrepreneurship: Role conflict, stress, and venture performance in digital platform-based ecosystems, *Journal of Business Research*, In press, corrected proof, Available online 3 July 2019
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F.L., Spitzer, J., 2018. Digital entrepreneurship a research agenda on new business models for the twenty-first century. *Int. J. Entrepreneur. Behav. Res*
- Zajkowski, R., & Domańska, A. (2019). Differences in perception of regional pro-entrepreneurial policy: does obtaining support change a prospect?. *Oeconomia Copernicana*, 10(2), 359-384.
- Walsh, J., & Winsor, B. (2019). Socio-cultural barriers to developing a regional entrepreneurial ecosystem. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*.

Designing a conceptual model for the development of digital business ecosystem based on scientometric studies

Behnam Sadeghi Ordoo Badi¹

Reza Mohammad Kazemi^{2*}

Gholamhossein Hosseininia³

Abstract:

The sustainable entrepreneurship requires exploration and exploitation activities with the best results in developed or developing markets. The digitalization of businesses is a window of opportunity that has been opened in entrepreneurial ecosystems and has provided countless benefits to businesses, including interaction with new players, access to extensive knowledge resources, risk reduction and legitimacy for businesses in different levels. In this research, we conducted a systematic review using the prisma technique and means of scientometric (co-occurrence of words). We searched existing documents available in the Scopus database for a period of 1988 to 2022. We found 612 documents (articles, books, etc.) and used bibexcel 1.0.0.0 and VOS viewer 1.6.10.0 software. Based on the analysis of the scientific maps, the model of development of the specific research gap and emerging areas include “policy, financial resources, network and base, support, skill, knowledge, culture, human resources and market” It is hoped that this research can suggest some valuable intuitions for key elements in the entrepreneurial ecosystem.

Key words: entrepreneurial ecosystem, digital businesses, scientometric studies, synonyms

1. PhD Candidate in Entrepreneur Department, Faculty of accounting and Management, Azad University of Qazvin, Qazvin, Iran

2. (Corresponding Author) Associate Professor in University of Tehran (r_mkazemi@ut.ac.ir)

3. Associate Professor, Entrepreneurship Faculty, Tehran University, Tehran, Iran