



طراحی الگوی کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند با رویکرد داده بنیاد

محسن غلامرضایی نژاد^۱، محمد ضیاءالدینی^۲، مصطفی هادوی نژاد^۳، محمدرضا حسینی پور^۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۰۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۲۱

چکیده

کسب و کار دانش بنیان مبتنی بر نشر و اشاعه و استفاده از اطلاعات، علم، خرد و دانش و نیز خلق آن است. هدف پژوهش حاضر ارائه الگوی مناسب کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند می باشد. در این پژوهش، از طرح نظام مند نظریه داده بنیاد استفاده شده است؛ خردمایه گزینش این طرح، روش مندی آن در عین ابتناء بر دیدگاه‌های مشارکت کنندگان، و نیز اختتام آن به مجموعه‌ای از قضایا و مدلی آزمون پذیر است؛ بدین منظور ضمن انجام مصاحبه باز با ۱۲ نفر از خبرگان آشنا به موضوع تحقیق، مجموعه‌ای از مضامین اولیه (۱۵۴۵ مضمون) طی فرآیند کدگذاری باز گردآوری شدند و از دل آنها مقوله‌هایی (۶۰ مقوله) استخراج گردید. اجزای پارادایم کدگذاری محوری ذیل عناوین شرایط علی (فقدان خوداشتغالی اقشار نیازمند، بیکاری پنهان و آشکار اقشار نیازمند، فقر و کمبود درآمد، عدم بنیه مالی اقشار نیازمند)، راهبرد (کسب و کار دانش بنیان)، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله گر، مقوله محوری (انگیزه خودکفایی اقشار نیازمند) و پیامدهای استقرار کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند شامل (پیامدهای فردی و پیامدهای اجتماعی) شناسایی شدند. نتایج تحقیق نشان داد کسب و کارهای دانش بنیان نقش مهمی در اثربخشی تولید، تبلور دانش در محصولات و خدمات جدید، ارتقاء سطح اقتصاد و رفاه و تولید ثروت و ارزش افزوده در یک جامعه ایفا می کنند.

واژگان کلیدی: کسب و کار، کسب و کارهای دانش بنیان، اقشار نیازمند و محروم، الگوی مناسب کسب و کارهای دانش بنیان

^۱. دانشجوی دکترای مدیریت دولتی، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، رفسنجان، ایران.

^۲. استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، رفسنجان، ایران (نویسنده مسئول)

m.ziaaddini@iaurafsanjan.ac.ir

^۳. دانشیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه ولی عصر (عج) رفسنجان، رفسنجان، ایران.

^۴. استادیار گروه اقتصاد، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، رفسنجان، ایران.

مقدمه

کسب و کارهای دانش بنیان نقش مهمی در اثر بخشی تولید، تبلور دانش در محصولات و خدمات جدید، ارتقاء سطح اقتصاد و رفاه و تولید ثروت و ارزش افزوده در یک جامعه ایفا می کنند و حرکت به سوی نوآوری و ایجاد تغییر در ترکیب محصولات و خدمات در قلمرو فعالیت های یک شرکت دانش بنیان قرار دارد. در واقع کسب و کارهای دانش بنیان مبتنی بر نشر، اشاعه و استفاده از اطلاعات، دانش و خلق آن را بنا می نهند. این کسب و کارها بیشتر از سایر شرکت ها خود را با تغییر و تحولات نوظهور در محیط کسب و کار همگام نموده و برای بقا در محیط های رقابتی تلاش می کنند. امروزه جهت دستیابی به پارادایم توسعه پایدار، برنامه ریزان بیش از هر چیز بر توانمندسازی گروه های هدف (فقیران، زنان بی سرپرست، کارگران بی زمین و کشاورزان خرده پا و غیره) تاکید دارند. فقر در حال حاضر مهمترین تهدید کننده جامعه می باشد. از آنجا که نمی توان اثر کسب و کارهای دانش بنیان را در رشد اقتصادی نادیده گرفت می توان با تزریق دانش به اقشار نیازمند در زمینه کسب و کار شرایطی را به وجود آورد تا از پتانسیل سازنده ی کسب و کارهای دانش بنیان برای رسیدن به رشدی پایدار استفاده نمود و به اهدافی همچون افزایش بهره وری و افزایش تولید و رفع محرومیت و فقر، کاهش مهاجرت و جلوگیری از گرایش به کسب و کارهای غیرقانونی شد. کسب و کارهای دانش بنیان به دلیل امکان ایجاد فرصت های شغلی با سرمایه اندک، زمان اندک بین اجرای طرح و رسیدن به مرحله تولید و اشتغالزایی بالا ظرفیتی بی نظیر است. حمایت از این کسب و کارها با تزریق دانش رونق خاصی خواهد گرفت. در نتیجه پرداختن به این عنوان برای توسعه پایدار و جلوگیری از بسیاری معضلات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... الزامی می باشد. هدف غائی این تحقیق خلق نظریه در چارچوب کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند می باشد، سوال اساسی که تحقیق حاضر در پی رسیدن به آن است عبارت است از: الگوی مناسب کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند کدام است؟

مبانی نظری پژوهش

محرومین و اقشار نیازمند همواره بخش زیادی از مردمان جوامع را تشکیل داده اند. اگرچه نسبت آنها به سایر اقشار اجتماعی در جوامع و زمان های مختلف، متفاوت بوده است اما آنها همواره اکثریت جوامع را در مقابل اقلیت صاحب قدرت و ثروت در بیشتر کشورهای دنیا شامل شده اند. به ویژه اینکه آنها معمولاً در حاشیه تحولات بوده و حداکثر پیرو سایر گروه ها در حرکت های جمعی بوده اند. استفاده بهینه از منابع و امکانات موجود به منظور برآورده ساختن نیازها و خواسته های بشری از جمله افزایش تولید، درآمد، اشتغال، رفاه جامعه و... جز مهمترین هدف های توسعه هر کشور محسوب می شود. برای این منظور معمولاً سعی می شود تا با بکارگیری سیاست ها و ابزارهای اجرایی گوناگون، در برنامه های توسعه بر این هدف دست یافت (درودی و همکاران، ۱۳۹۸). یکی از راه های مطرح در اشتغالزایی «کسب و کارهای کوچک و متوسط دانش بنیان» و افزایش درآمد و ریشه کنی بیکاری اقشار نیازمند است. نگاهی به فعالیت بنگاه های کوچک و متوسط در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه بیانگر نوعی ارتباط تنگاتنگ و مؤثر بین پیشرفت اقتصادی - اجتماعی این کشورها از طریق این بنگاه ها است. به علت تخصصی شدن وظایف، عدم تمرکز تصمیم گیری و نیاز به انعطاف پذیری بیشتر به منظور حضور دائمی یا بیشتر و مطابقت با شرایط متغیر جهان، کسب و کارهای کوچک و متوسط با مدیریت اقشار نیازمند در کشورهای صنعتی و در حال توسعه رو به افزایش بوده است. برای دستیابی به اقتصاد دانش بنیان بایستی شرایط لازم برای ابداع و نوآوری فراهم شود تا توانایی تبدیل ایده ها به محصولات از طریق سرمایه گذاری، به تولید محصولات

جدید منجر شود. با توجه به اینکه برای اولین بار الگوی مناسب کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند مورد بررسی قرار گرفت و از سوی دیگر وجود ادبیات ضعیف تحقیق در این مورد، مسأله پژوهش آشکار شده و اقدام در جهت پاسخ به سوال الگوی مناسب کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند چیست همچنین کشف الگوی مناسب مبین این پدیده، با عنایت به نبود چنین الگوی مشخصی، پژوهش حاضر عهده دار انجام آن با استفاده از راهبرد پژوهشی نظریه داده بنیاد است.

اقتصاد دانش بنیان

اقتصاد دانش بنیان، اقتصادی است که در آن تولید، توزیع و استفاده از دانش، منبع اصلی رشد و ایجاد ثروت است (خیاطیان و همکاران، ۱۳۹۵). با نگاهی به سیر شکل گیری عوامل مزیت ساز جوامع در یکصد سال گذشته، چنین استنباط می شود که تغییرات سریع فن آوری های نوین، وضعیت اقتصاد سنتی را تغییر داده و اقتصادهایی که بتوانند با علم و دانش، فضای خلاقانه و نوآورانه را در جامعه خود گسترش دهند، توفیق بیشتری خواهند داشت (پاک نیت و همکاران، ۱۳۹۵). این موضوع، مورد توجه مسئولین و سیاست گذاران کشور ایران نیز قرار گرفت و قانون شرکت های دانش بنیان (به عنوان موتور محرک اقتصاد دانش بنیان) در سال ۱۳۸۹ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. شرکت های دانش بنیان، به سازمان هایی اشاره می کند که از فرآیندهای خلق و به کارگیری دانش برای پیشبرد کسب و کار خود استفاده می کنند (تقفی و همکاران، ۱۳۹۷). برای اقتصاد دانش بنیان تعاریف مختلفی از سوی سازمان های بین المللی و اقتصاددانان ارائه شده است: سازمان توسعه همکاری های اقتصادی، اقتصاد دانش بنیان را اقتصادی می داند که بر اساس تولید، توزیع و کاربرد دانش و اطلاعات شکل گرفته و سرمایه گذاری در دانش و صنایع دانش پایه (صنایع دانش پایه، صنایعی هستند که در آنها سطح بالایی از سرمایه گذاری به ابداع و نوآوری اختصاص یافته، فناوری های کسب شده دامنه نفوذ گسترده ای دارند و نیروی کار از تحصیلات عالی برخوردار هستند) مورد توجه خاص قرار می گیرد (گودین^۱، ۲۰۱۶).

سازمان همکاری های اقتصادی آسیا-اقیانوسیه با گسترش ایده مطرح شده توسط سازمان توسعه همکاری های اقتصادی در خصوص اقتصاد دانش بنیان، آن را اقتصادی می داند که در آن تولید، توزیع و کاربرد دانش عامل و محرک اصلی رشد اقتصادی، تولید ثروت و اشتغال در تمامی صنایع است (هوسکیسون^۲ و همکاران، ۲۰۲۰). طبق این تعریف اقتصاد دانش بنیان برای رشد و تولید ثروت تنها به تعدادی از صنایع با فناوری بالا متکی نیست بلکه در این اقتصاد تمامی صنایع به فراخور نیاز خود از دانش استفاده می کنند. به عبارت دیگر، در این نوع اقتصاد تمامی فعالیت های اقتصادی به نوعی به دانش متکی هستند (بنگ^۳ و همکاران، ۲۰۲۰). اقتصاد دانشی به عنوان تولید و خدمات مبتنی بر فعالیت های دانشی تعریف شده است که به سرعت به پیشرفت فنی و علمی و همچنین ماندگاری منتهی می شود. جزء اصلی اقتصاد دانشی، وابستگی بیشتر به توانایی های فکری نسبت به منابع فیزیکی یا منابع طبیعی است (پوول و سنلن^۴، ۲۰۱۴). هرچه دانش میزان بیشتری از هسته محصول یا خدمات را تشکیل دهد، سازمان بیشتر مبتنی بر دانش است (زاک^۵، ۲۰۱۳).

¹ Godin

² Hoskisson

³ Bang

⁴ Powell & Snellman

⁵ Zack

در ایران، با توجه به ماده ۱ قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش بنیان و تجاری سازی نوآوری‌ها، «شرکت‌ها و مؤسسات دانش بنیان، شرکت یا موسسه خصوصی یا تعاونی است که به منظور هم افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان، به ویژه در تولید نرم افزارهای مربوط، تشکیل می‌شود. نوآوری متغیر مهمی برای رشد اقتصادی است. اگرچه فعالیت‌های فن آورانه و نوآورانه توسط بنگاه ایجاد می‌شود اما قوانین و مقررات دولتی و ارائه حمایت‌های مالی می‌تواند مشوق‌هایی را برای نوآوری در بنگاه‌ها ایجاد کند تا آنها بتوانند کارآمدتر شده و پیشرفت‌هایی در زمینه فن آوری داشته باشند (جوایدی، ۲۰۱۳).

فرایندهای نوآوری و مشخصه‌های فناوری در تمام بنگاه‌ها و صنایع یکسان نیست، بنگاه‌ها با مشخصه‌های گوناگون، رفتار متفاوتی از خود نشان می‌دهند. برای دسته بندی شرکت‌ها به منظور ارائه خدمات هر چه بهتر به آنان، ابتدا باید انواع دسته بندی‌ها و مشخصه‌های هریک مطالعه شود. تکسونومی علم طبقه بندی و دسته بندی است. پاویت، دی جانگ و مارسیلی، وهاتزیچرونوگلو و ریزونی^۲ از فعالان سرشناس در تعریف دسته بندی‌های معتبر در دنیا هستند. نتایج مطالعه دی جانگ و مارسیلی نشان می‌دهد که نوآوری فرآیندی، گسترده تر از نوآوری در محصول برای تولید است. جوایدی در مطالعه‌ای با عنوان «طبقه بندی شرکت‌های تولیدی و خدماتی در لوکزامبورگ با توجه به مهارت‌های فن آورانه به دسته بندی شرکت‌های تولیدی و خدماتی در لوکزامبورگ پرداخته است. این مطالعه با استفاده از داده‌ها، در مورد تولید و خدمات شرکت‌های لوکزامبورگ که از کشورهای مستقل مشترک المنافع تأمین می‌شود، برای نشان دادن روش‌های تجربی طبقه بندی شرکت‌ها بر اساس الگو و میزان نوآوری و سطح توانمندی فن آورانه استفاده می‌کند. طبقه بندی‌هایی نیز بر اساس صنعت ارائه شده است که با توجه به ناهمگونی با مدل ایرانی به آن اشاره‌ای نمی‌شود. در طبقه بندی ارائه شده برای سیستم دسته بندی صنعت آمریکای شمالی که توسط سازمان کوچک کسب و کار آمریکا اجرا می‌شود، اندازه و سائز شرکت (شرکت‌های کوچک) بر اساس هر حوزه فن آوری و زیرمجموعه آن تقسیم بندی شده است. در ایران نیز مطالعه‌ای برای دسته بندی شرکت‌های دانش بنیان انجام شده که شرکت‌ها را به چهار دسته تقسیم کرده است (ردائی و قاضی نوری، ۱۳۹۵).

بر اساس مطالعات انجام گرفته توسط سازمان همکاری‌های اقتصادی آسیا اقتصادها در جهان مربوط به اقتصادهای دانش محور است و در این میان کسب و کارهای کوچک دانش بنیان موتور محرک و توسعه این اقتصادها هستند. بر اساس بررسی‌های انجام شده نوآوری‌ها و پیشرفت‌های صنعتی طی دهه‌های اخیر در سطح جهان حاصل فعالیت‌های نوآورانه کسب و کارهای کوچک نوآور و دانش محور بوده است. علاوه بر این محققین، اشتغال در بنگاه‌های کوچک به ویژه شرکت‌های فن آور را در دوران رکود و التهاب اقتصادی، پایدارتر از اشتغالی می‌دانند که توسط بنگاه‌های بزرگ ایجاد شده است (فخاری و همکاران، ۱۳۹۳). امروزه در اکثر کشورهای جهان صنایع کوچک و متوسط، از جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، تولید صنعتی و ارائه خدمات در حال نقش آفرینی هستند. شرکت‌های کوچک بیش از ۹۰ درصد اقتصاد بسیاری از کشورها را شامل می‌شوند. این شرکت‌های کوچک با صادرات قابل توجه خود نقش موثری را در توسعه

¹ Joueidi

² Pavit, Di Jang and Marcili, and Hatzicheronoglu and Rizoni

اقتصادی کشورشان ایفا می‌کنند. در ایران نیز بنگاه‌های صنعتی کوچک ۹۶ درصد کل صنعت کشور را شامل می‌شوند (انتظاریان، ۱۳۹۴).

تعریف شرکت‌های دانش بنیان

در دنیای پرتحول امروز، دانش و نوآوری اساسی‌ترین عامل پیشرفت در عرصه‌های صنعتی و اقتصادی محسوب می‌گردد. اقتصاد یک کشور وقتی شکوفا می‌شود که بستر لازم برای نوآوری و حضور در بازارهای رقابتی جهانی فراهم شود. حرکت به سوی نوآوری و ایجاد تغییر در ترکیب محصولات و خدمات در قلمرو فعالیت‌های یک کسب و کار دانش بنیان قرار دارد. از این رو کسب و کارهای دانش بنیان نقش مهمی در اثربخشی تولید، تبلور دانش در محصولات و خدمات جدید، ارتقاء سطح اقتصاد و رفاه، تولید ثروت و ارزش افزوده در یک جامعه ایفا می‌کنند. این کسب و کارها بیشتر از سایر بنگاه‌های اقتصادی خود را با تغییر و تحولات نوظهور در محیط کسب و کار همگام نموده و برای بقا در محیط‌های رقابتی، تلاش می‌کنند. به اعتقاد کلارک^۱ هر اندازه که بنگاه اقتصادی دانش بنیان از دانش در ساختار خود بیشتر استفاده کند بر ارزش آن افزوده شده و چرخه تکامل یافته تری از بالندگی به وجود می‌آورد. کسب و کارهای دانش بنیان نقش کلیدی در ایجاد و توسعه اقتصاد دانش محور دارند. در کسب و کارهای دانش بنیان، رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال، متناسب با ظرفیت نوآوری تحقق می‌یابد. بدین معنی که دستاوردهای تحقیق و توسعه به طور پیوسته از طریق سرمایه گذاری به محصول، فرایند و یا سیستم‌های نوین تبدیل می‌گردد و دسترسی به ظرفیت‌های سرمایه گذاری برای کارآفرینان و پژوهشگران افزایش یافته، و این عامل مهمی در ایجاد نوآوری و بهره برداری از توان فن آوری در اقتصاد ملی است (انتظاریان، ۱۳۹۴):

تعاریف مدیریتی ارائه شده در رابطه با شرکت‌های دانش بنیان به قرار ذیل هستند:

- شرکت دانش بنیان عبارت است از شرکتی که علاوه بر این که خود، دانش را می‌شناسد، آنرا به خوبی به کار می‌گیرد و از طریق آن نوآوری ایجاد می‌کند.

- ویریچ، شرکت‌های دانش بنیان را شبکه انعطاف پذیر از تخصص‌هایی می‌داند که عنصر بسیار مهم آن دانش است. در حقیقت رویکرد دانش بنیان سعی دارد تا با تجزیه و تحلیل دریابد چگونه شرکت‌های دانش بنیان، دانش را ایجاد، تحصیل، اعمال و حمایت می‌کنند و چگونه آن را منتقل می‌کنند، به گونه‌ای که مزایای رقابتی آن حفظ شود.

تعاریف حقوقی ارائه شده در خصوص شرکت‌های دانش بنیان به شرح زیرند (قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش بنیان و تجاری سازی نوآوری‌ها و اختراعات، ۱۳۸۹):

- به موجب ماده ۱ قانون حمایت از شرکتهای و مؤسسات دانش بنیان و تجاری سازی نوآوری‌ها و اختراعات مصوب ۱۳۹۱، "شرکت دانش بنیان شرکتی خصوصی یا تعاونی است که به منظور هم افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فن آوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان به ویژه در تولید نرم افزارهای مربوطه تشکیل می‌شود".

- مطابق ماده ۱ شیوه نامه ایجاد شرکت‌های دانش بنیان در دانشگاه علوم پزشکی تهران مصوب ۱۳۹۱ "شرکت یا مؤسسه دانش بنیان، شرکت یا مؤسسه خصوصی یا تعاونی است که با ایجاد یک کسب و کار دانش محور به منظور تبدیل پایدار

^۱ Clark

دانش به ثروت، تشکیل شده و فعالیت‌های اقتصادی آنها مبتنی و همراه با فعالیت‌های تحقیق و توسعه در زمینه‌های فناوری‌های نو و پیشرفته است و به توسعه اقتصاد دانش محور در جامعه کمک می‌کنند. از جمله تعاریف اقتصادی شرکت‌های دانش بنیان می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: - بر اساس تعریف مستند از مراکز مهم علمی مانند سازمان همکاری و اقتصادی توسعه، شرکت دانش بنیان عبارت است از، شرکتی که در آن دسته‌ای از افراد متخصص و تحصیلکرده به عنوان سهامدار، در مؤسسات علمی، پژوهشی و تحقیقاتی توانسته اند علاوه بر فراگیری علوم نظری، روش‌های تبدیل علوم فراگرفته شده به فعالیت‌های درآمدزا و تولید کننده ارزش را نیز فرا گیرند (خواججه‌زاده، ۱۴۰۰).

با توجه به تعریف اخیر (تعریف اقتصادی از شرکت‌های دانش بنیان)، سهامداران عمده‌ی این شرکت‌ها، متخصصان و مبتکرینی هستند که دانش جدید را به وجود آورده و در واقع آورده خود را به صورت غیر نقدی یعنی اموال معنوی مانند حق اختراع، نرم افزارها، طرح‌های صنعتی، دانش فنی و... در اختیار شرکت قرار می‌دهند (خواججه‌زاده، ۱۴۰۰).

پیشینه پژوهش

اکبرزاده و شفیق‌زاده (۱۴۰۱) در پژوهشی به بررسی نقش دولت در بهبود روند ایجاد و توسعه کسب و کارهای دانش بنیان پرداخت. نتایج حاصل از پژوهش بیانگر اهمیت زیاد نقش دولت در کمک به بهبود روند ایجاد و توسعه کسب و کارهای دانش بنیان است که این مهم از طریق فعالیت‌هایی که در صدر آنها حمایت‌های مالی دولت قرار دارد، امکان پذیر می‌باشد. از این رو می‌توان گفت دولت باید در این راستا اقدامات گسترده‌ای را آغاز کند و این امر مورد توجه مسئولین دولتی ذیربط قرار گیرد.

محمد کاظمی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی تاثیر نوآوری مدل کسب و کار بر خلق مزیت رقابتی با نقش میانجی گری توانمندی کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت‌های دانش بنیان حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات) پرداختند. نتایج تحقیق نشان‌دهنده تاثیر مثبت و معنادار نوآوری مدل کسب و کار بر خلق مزیت رقابتی و توانمندی کارآفرینانه و تاثیر مثبت و معنادار توانمندی کارآفرینانه بر خلق مزیت رقابتی در شرکت‌های دانش بنیان حوزه فن آوری اطلاعات و ارتباطات است. همچنین نتیجه گرفته شد که نوآوری مدل کسب و کار تاثیر غیرمستقیم بر خلق مزیت رقابتی از طریق توانمندی کارآفرینانه دارد.

حاجی آخوندی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به شناسایی عوامل کلان مؤثر بر موفقیت نوآوری باز در اکوسیستم کسب و کارهای دانش بنیان دیجیتال پرداختند. سازه‌های برون زای مدل، روی هم ۶۲ درصد از واریانس سازه موفقیت در نوآوری باز را شرح می‌دهد و به ترتیب سازه‌های محیط مقرراتی و نظارتی، پشتیبانی مالی و نهادهای واسطه در موفقیت نوآوری باز، بیشترین ارتباط و اهمیت را دارند. همچنین مقدار شاخص Q2 مدل برابر با ۰/۳۹۲ است که نشان می‌دهد مدل پیشنهادی، تناسب پیش‌بینی مناسبی دارد.

گلابی و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان مفهوم پردازی فرایند مدیریت بازاریابی در کسب و کارهای دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری شهر اراک انجام دادند و یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که فرایند مدیریت بازاریابی در کسب و کارهای مورد بررسی طی هفت مرحله متوالی صورت می‌گیرد که متشکل از مرحله اول؛ شناسایی و درک نیازهای مشتریان، مرحله دوم؛ توسعه محصولات، خدمات و فرایندها جهت برآوردن نیازهای مشتریان، مرحله سوم؛ قیمت گذاری نفوذی محصولات و خدمات به شیوه ای مؤثر، مرحله چهارم؛ شناسایی رقبا، مرحله پنجم؛ مکان یابی و ایجاد زمینه

ای جهت دسترسی آسان و مؤثر مشتریان به محصولات و خدمات، مرحله ششم؛ حصول اطمینان از رضایت مشتریان در حین و بعد از فرایند مبادله و مرحله هفتم؛ برقراری ارتباطات بلندمدت با مشتریان است.

عبداللهزاده و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر راه اندازی کسب و کارهای مستقل در نواحی روستایی پرداختند. نتایج برآورد مدل لجیت «احتمال راه اندازی کسب و کار مستقل» نشان داد که تاثیر متغیرهای وضعیت تاهل، خوداشتغالی اعضای خانوار، آورده شخصی زمین، آورده شخصی آب، شاخص منزلت اجتماعی، شاخص تعهد به بانک کشاورزی، روحیه و نگرش کارآفرینانه و شاخص مخاطره پذیری با اطمینان ۹۹ درصد و متغیرهای سابقه شغل قبلی، نوع وام دریافتی، میزان نظارت بر استفاده از وام و آورده شخصی سرمایه با اطمینان ۹۵ درصد مثبت و معنی دار بوده، در حالی که متغیر مدت زمان انتظار برای دریافت وام دارای تاثیر منفی و معنی دار با اطمینان ۹۹ درصد است. بنابراین، توصیه می شود که قبل از پرداخت اعتبارات، از طریق مقیاس های استاندارد، روحیه و نگرش کارآفرینانه، مخاطره پذیری، منزلت اجتماعی و تعهد به بانک متقاضیان این گونه اعتبارات ارزیابی و سپس، نسبت به تخصیص اعتبار اقدام شود.

روش شناسی پژوهش

راهبرد پژوهشی مورد استفاده در این پژوهش "نظریه داده بنیاد" و به صورت تجویزی است. خردمایه استفاده از این راهبرد، به کاربری آن باز می گردد؛ راهبرد پژوهشی نظریه داده بنیاد، روشی نظام مند و کیفی برای خلق نظریه ای است که در سطحی گسترده، به تبیین فرآیند، کنش یا کنش متقابل موضوعی با هویت مشخص می پردازد. در این پژوهش، از طرح نظام مند نظریه داده بنیاد استفاده شده است؛ خردمایه گزینش این طرح، روش مندی آن در عین ابتناء بر دیدگاه های مشارکت کنندگان، و نیز اختتام آن به مجموعه ای از قضایا و مدلی آزمون پذیر است. نظریه پردازی داده بنیاد، روالی نظام مند و کیفی است، جهت تولید نظریه ای که یک فرآیند، کنش، یا برهم کنش را درباره یک موضوع خرد واقعی، در سطح مفهومی کلی تشریح کند. در پژوهش نظریه پردازی داده بنیاد، نظریه مورد نظر، یک نظریه «فرآیندی» است. اگر چه نظریه پردازان داده بنیاد ممکن است یک تکاپد؛ برای مثال، مهارت های رهبری را هم مورد تحقیق قرار دهند، ولی آنها اغلب یک فرآیند را بررسی می کنند؛ زیرا جهان اجتماعی که ما در آن زندگی می کنیم، مستلزم این است که افراد با یکدیگر تعامل داشته باشند. در پژوهش نظریه پردازی داده بنیاد، به تولید فهمی از یک فرآیند که به موضوعی خرد و واقعی مربوط است، مبادرت می ورزند. در پژوهش نظریه پردازی داده بنیاد گراند تئوری، یک فرآیند، زنجیره ای از کنش ها و برهم کنش ها بین افراد و وقایع مربوط به یک موضوع است (استراوس، ۱۹۹۸).

نظریه پردازی داده بنیاد گراند تئوری، به کلی، رهیافتی است برای بررسی نظام مند (غالباً) داده های کیفی (نظیر مصاحبه های پیاده شده و پروتکل های مشاهده ها)، با هدف تولید نظریه. از آنجا که کاوش طراحی الگوی کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند برای اولین بار انجام شد و با توجه به مبانی نظری ضعیف در این خصوص؛ لذا راهبرد نظریه داده بنیاد انتخاب شد تا با این منظور سازگاری داشته باشد.

خبره گزینی (نمونه گیری) و ابزار گردآوری داده ها

جامعه آماری این تحقیق را از یک سو کلیه محققینی شکل می دهند که با پارک های فن آوری، مراکز رشد، شرکت های نوپا، استارت آپ ها و این قبیل موارد در ارتباط هستند و از سوی دیگر خبرگانی هستند که با مدل های کسب و کار و ویژگی های آنها آشنا باشند، مهمترین معیار در انتخاب نمونه ها، تجربه و تخصص مصاحبه شوندگان در

حوزه سیاست گذاری و اجرای سیاست‌های کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند بوده است. از این رو مدیران و کارشناسان سازمان صنایع کوچک و شرکت‌های تابعه استان کرمان به عنوان متولی کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند، مشاوران و ناظران فنی و دیگر صاحب‌نظران این حوزه مورد مصاحبه قرار گرفتند. در این پژوهش ۶ نفر از اساتید دانشگاهی رشته مدیریت و ۶ نفر از خبرگان و برگزیدگان کسب و کارهای دانش بنیان به عنوان خبرگان پژوهش انتخاب شدند؛ به منظور انجام نمونه گیری، از نمونه گیری نظری استفاده شد؛ نمونه گیری نظری، نوعی نمونه گیری هدفمند است که پژوهشگر را در خلق یا کشف نظریه یا مفاهیمی که ارتباط نظری آنها با نظریه در حال تکوین به اثبات رسیده است، یاری می‌کند. در نمونه گیری نظری، نمونه گیری عمدی بوده (نه احتمالی) و تمرکز بر تدوین نظریه می‌باشد. در نمونه گیری نظری از رویدادها نمونه گیری می‌شود نه لزوماً از افراد، اگر هم به سراغ افراد می‌رویم، با هدف کاوش رویدادهاست؛ رویدادهایی که نشانگر مقوله‌های گوناگون مرتبط با پدیده مورد بررسی پژوهش هستند. راهنمای نمونه گیری نظری، پرسش‌ها و مقایسه‌هایی هستند که در خلال تجزیه و تحلیل مفاد مصاحبه‌ها با افراد بروز می‌یابند و موجب کشف مقوله‌های مناسب، خصوصیات و ابعاد آنها می‌شوند (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸).

ابزار گردآوری داده‌ها در این مرحله از پژوهش، مصاحبه‌هایی رودررو و عمیق بود که با طرح پرسش‌هایی باز، بین ۲۰ تا ۴۵ دقیقه انجام شد؛ گاه مصاحبه‌ها به منظور به اشتراک گذاری یافته‌های مقدماتی، تکمیل، اصلاح و جرح و تعدیل داده‌ها تکرار نیز می‌شدند. از مشارکت کنندگان درباره پدیده مورد مطالعه، چگونگی تحقیق و خروجی‌های آن سؤال می‌شد. پروتکل مصاحبه شامل سوال‌های زیر می‌باشد:

- ۱- شرایط علی به وجود آورنده کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند چیست؟
- ۲- زمینه‌ها (بستر) به وجود آورنده کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند کدامند؟
- ۳- شرایط مداخله گر ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند چیست؟
- ۴- راهبردهای کنش و واکنش متقابل استقرار کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند چیست؟
- ۵- پیامدهای استقرار کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند چیست؟

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مدل نهایی این پژوهش براساس نظریه برخواسته از داده، در شکل (۱) ارائه شده است.

بستر (شرایط زمینه‌ای):

- برنامه عملیاتی آموزش مفاهیم اقتصادی و کارآفرینی و مهارت آموزی برای اقشار نیازمند
- دغدغه اقتصاد و کارآفرینی اقشار نیازمند
- هوشمندی فضای کسب و کار برای اقشار نیازمند
- اطلاع رسانی زمینه ایی شروع کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند
- ارائه مشاوره‌های فنی، تخصصی و مالی برای راه اندازی کسب و کار به اقشار نیازمند
- زیست بوم کسب و کارهای دانش بنیان
- ساختار حمایتی نهادینه مناسب اقشار نیازمند
- رفع موانع استقرار کسب و کارهای دانش بنیان
- صندوق های سرمایه گذاری
- منابع و فرصت‌های مردمی
- روحیه خودباوری
- دسترسی به موقع و فرصت‌های برابر تسهیلاتی برای اقشار نیازمند
- آموزش‌های لازم به اقشار نیازمند در انجام مشاغل
- اعتماد به دولت و نهادهای مجری
- فضا و بستر کارآفرینی
- رویکرد علمی و دانشی در همه ابعاد و مراحل کسب و کار
- اهمیت دادن به اقشار نیازمند

پیامد:

۱. پیامدهای فردی:

- اشتغال برای اقشار نیازمند
 - افزایش سطح رفاه اقشار نیازمند
 - بهبود رضایتمندی اقشار نیازمند از خود و جامعه
 - احساس راحتی بیشتر در بین اقشار نیازمند
 - خودانگیزی اقشار نیازمند
- #### ۲. پیامدهای اجتماعی:
- تولید و هم افزایی دانش اقشار نیازمند
 - کارآفرینی برای اقشار نیازمند
 - تحرک و عدالت اجتماعی در بین اقشار نیازمند
 - توزیع عادلانه ثروت در بین اقشار جامعه

راهبرد کنش و کنش متقابل
کسب و کار دانش بنیان

مقوله اصلی
انگیزه خودکفایی اقشار
نیازمند

شرایط علی:

- فقدان خوداشتغالی اقشار
نیازمند
- بیکاری پنهان و آشکار اقشار
نیازمند
- فقر و کمبود درآمد
- عدم بنیه مالی اقشار نیازمند

شکل ۱: پارادایم کدگذاری محوری طراحی و تبیین مدل الگوی تحقیق

یافته های پژوهش

تحولات پیچیده و سریع چند دهه اخیر و نیز شتاب گیری روند جهانی شدن موجب شده است تا جوامع گوناگون تلاش کنند تا بیش از پیش خود را برای پذیرش تحول آماده کنند. در طی پنجاه سال اخیر، اقتصادهای در حال توسعه دچار نوعی تغییر تدریجی شده اند؛ به گونه‌ای که دانش در رأس این تغییرات قرار داشته است. امروزه کشورهای توسعه یافته‌ای که با مدیریت کارآمد یادگیری، پژوهش و نوآوری طی نگرشی نظام مند به اقتصادهای دانش محور دست یافته‌اند، عملاً

با استفاده از توسعه فن آوری‌ها و افزایش بهره‌وری توانسته‌اند تولید کالا و خدمات خود را بهبود و ارزش افزوده اقتصادی خود را فزونی بخشند. از این رو بسیاری از کشورهای در حال توسعه برای دستیابی به اینگونه اقتصادهای نوین، مبتنی بر دانایی در قرن بیست و یکم به تکاپو افتاده و تلاش دارند تا بسترها و زیرساخت‌های لازم را برای طراحی و استقرار این گونه نظام‌ها پدید آورند. در واقع هیچ تعریف پذیرفته شده‌ای برای صنایع دانش بنیان یا کسب و کارهای دانش بنیان وجود ندارد. هرچند به نظر می‌رسد توافقی مبنی بر اینکه شرکت‌های دانش بنیان نسبت بالایی از دارایی‌های نامشهود را دارا بوده و به شدت به نوآوری به عنوان یک منبع رقابتی متکی هستند، وجود دارد. کسب و کارهای دانش بنیان احتمالاً بیشتر از فن آوری‌ها پیشرفته و یا فرایندهای نوآورانه در محصولات، خدمات یا فرایندهای خود استفاده می‌کنند. شرکت دانش بنیان، شرکت‌ها و مؤسسات حقوقی هستند که با ایجاد کسب و کار دانش محور به منظور تبدیل پایدار دانش به ثروت تشکیل شده و فعالیت‌های اقتصادی آنها مبتنی و همراه با فعالیت‌های تحقیق و توسعه در زمینه‌های فناوری‌های نو و پیشرفته است و به توسعه اقتصاد دانش محور در جامعه کمک می‌کنند. کسب و کار دانش بنیان یک هویت حقوقی عموماً خصوصی است که مهمترین دارایی آن دارایی فکری است. در کسب و کارهای دانش بنیان، تحقیق و توسعه یک کار مقطعی و یکبار برای همیشه نیست؛ بلکه یک فرایند همیشگی و پویا است. در کسب و کار دانش بنیان باید به تبیین و مدل سازی تولید دانش (تحقیق و توسعه دانش جدید)، غنی سازی دانش (آموزش، پرورش و توسعه انسانی)، و انتقال دانش (نشر و اشاعه دانش و نوآوری) پرداخت. در این نوع از کسب و کار، دانش بر اساس نوع دانستنی‌ها، چرایی دانستنی‌ها، چگونگی دانستنی‌ها و کسانی که آن را می‌دانند به انواع مختلف تفکیک می‌شود. این پژوهش با هدف طراحی الگوی کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند با رویکرد داده بنیاد انجام شد و از نظریه داده بنیاد برای تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق و مصاحبه‌ها استفاده شد. در تحلیل مرحله‌ای یافته‌ها، مفاهیم به عنوان واحد تحلیل در سطوح متن کل مصاحبه، پاراگراف، عبارت و جملات مورد توجه قرار گرفتند و با تفکیک متن مصاحبه به عناصر دارای پیام در داخل خطوط یا پاراگراف‌ها، تلاش شد کدهای باز استخراج شوند. از طریق کدگذاری باز، ۱۵۴۵ مفهوم به دست آمد که با طبقه‌بندی آنها، ۶۰ مقوله فرعی شکل گرفتند. در طول فرایند کدگذاری انتخابی و فرآیند تلفیق برای یکپارچه سازی و پالایش نظریه، متن مصاحبه‌های انجام شده چندین بار بررسی شد و بعد از مشخص شدن مقوله مرکزی (پدیده اصلی) و استفاده از آن برای نزدیک کردن مقوله‌ها، عبارت‌ها و ایده‌هایی که بیانگر روابط بین مقوله‌های اصلی و فرعی بودند، مورد توجه قرار گرفتند. بر همین اساس، روابط بین مقوله‌های اصلی و الگویی پارادیمی ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان شکل گرفت. در راستای نیل به اهداف و نیز پاسخ به پرسش پژوهش، پس از اجرای راهبرد پژوهش کیفی نظریه پردازی داده بنیاد، طراحی الگوی کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند با رویکرد داده بنیاد استخراج گردید. لازم به توضیح است که در روش داده بنیاد، نظریه جدیدی بوجود آمده است. لذا همه یافته‌ها قابل مقایسه با ادبیات پیشین نبوده و برای بررسی کامل بایستی در پژوهش‌های آتی مورد بررسی کمی و ارزیابی قرار گیرند.

مقوله اصلی: انگیزه خود کفایی اقشار نیازمند، پدیده اصلی در عرصه کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند است.

شرایط علی: بیکاری پنهان و آشکار، فقر و کمبود درآمد، تحریم‌ها و وابستگی‌ها، وجود انگیزه در بین اقشار نیازمند از جمله شرایط علی اثرگذار به شمار می‌آیند.

مقوله راهبردی: کسب و کار دانش بنیان راهبرد ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند هستند.

مقوله مداخله گر: شرایط مداخله گر و به یک معنا عواملی هستند که بر ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند تاثیر می گذارند و شامل: مشکلات اقتصادی حاکم بر اقتصاد کشور، ساختار حقوقی حاکم بر کسب و کارهای دانش بنیان، معافیت های مالیاتی، سطح تکنولوژی، اعتماد به دولت و نهادهای مجری، مصوبات مجلس و دولت، فرهنگ دانایی محوری حاکم بر جامعه، وجود فرصت های محلی و منطقه ای، نوسانات بازار ارز تاثیر گذر بر کسب و کارهای دانش بنیان.

شرایط زمینه ای (بستر): حمایت دولت از کسب و کارهای دانش بنیان با رویکرد حمایت از اقشار نیازمند، هوشمندی فضای کسب و کار برای اقشار نیازمند، اطلاع رسانی زمینه ایی شروع کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند، رویکرد علمی و دانشی در همه ابعاد و مراحل کسب و کار، ارائه مشاوره های فنی، تخصصی و مالی برای راه اندازی کسب و کار به اقشار نیازمند، ساختار حمایتی نهادینه و مناسب برای اقشار نیازمند، صندوق های سرمایه گذاری، فضا و بستر کارآفرینی، اهمیت دادن به اقشار نیازمند، برنامه عملیاتی آموزش مفاهیم اقتصادی و کارآفرینی و مهارت آموزی - برای اقشار نیازمند، زیست بوم کسب و کارهای دانش بنیان، روحیه خودباوری، آموزش های لازم به اقشار نیازمند در انجام مشاغل، اعتماد به دولت و نهادهای مجری، منابع و فرصت های مردمی، امکان دسترسی به موقع و فرصت های برابر تسهیلاتی برای اقشار نیازمند، دغدغه اقتصاد و کارآفرینی اقشار نیازمند، رفع موانع استقرار کسب و کارهای دانش بنیان، آموزش های لازم به اقشار نیازمند در انجام مشاغل به عنوان شرایط زمینه ای و بسترهای ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند مطرح شده اند.

پیامدها: پیامدهای حاصل از ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند براساس دیدگاه خبرگان تحقیق حاضر عبارتند از: ۱. پیامدهای فردی: اشتغال برای اقشار نیازمند، افزایش سطح رفاه اقشار نیازمند، بهبود رضایت مندی اقشار نیازمند از خود و جامعه، احساس راحتی بیشتر در بین اقشار نیازمند، خوداتکایی اقشار نیازمند. ۲. پیامدهای اجتماعی: تولید و هم افزایی دانش اقشار نیازمند، کارآفرینی برای اقشار نیازمند، تحرک و عدالت اجتماعی در بین اقشار نیازمند، توزیع عادلانه ثروت در بین اقشار نیازمند، کاهش قیمت محصولات و خدمات برای اقشار نیازمند. توسعه و رشد همواره محور اصلی سیاست ها و برنامه های کشورهای مختلف بوده و دو مسیر مهم جهت پیگیری آن، فراهم نمودن شرایط مطلوب برای کسب و کارها و توسعه اشتغال زایی و توسعه و پیشرفت بوده است. کشور ایران با ویژگی های خاصی نظیر منابع عظیم طبیعی، سرمایه انسانی جوان و تحصیل کرده و ساختار اقتصادی نیمه دولتی که در تلاش برای دستیابی به رشد کارایی محور است (انجمن اقتصاد جهانی^۱، ۲۰۱۶). به طور عام با عقب ماندگی نسبی در شرایط زمینه ای کارآفرینی و کسب و کارها و به طور خاص و شدیدتر در وضعیت کسب و کارهای دانش بنیان به عنوان مسیری مهم برای دستیابی به رشد و توسعه درونزا مواجه بوده است. از جمله مشکلات و ضعف های قابل توجه در این خصوص می توان به ضعف شدید در سیاست ها و برنامه های عملیاتی دولت، زیرساخت های توسعه نیافته تجاری و قانونی و تأمین مالی ناکافی (انجمن تحقیقات جهانی کارآفرینی^۲،

¹ World Economic Forum

² Global Entrepreneurship Research Association

۲۰۱۶) و همچنین ضعف در شاخص‌های نوآوری (دانشگاه کورنل^۱، ۲۰۱۶؛ مؤسسه توسعه و کارآفرینی جهانی^۲، ۲۰۱۷) و آمادگی فن آوران (انجمن اقتصاد جهانی، ۲۰۱۶) اشاره نمود که این قبیل کاستی‌ها در مطالعات میدانی نظیر گزارش انجمن کارآفرینی ایران (۲۰۱۳) نیز قابل توجه است. چنین شرایطی به وضوح ضرورت توجه جامع و مناسب به زمینه و محیط کسب و کارهای جدید در کشور را منتج نموده که به جد در اسناد بالادستی نظام نظیر سیاست‌های علم و فناوری و همچنین اقتصاد مقاومتی مورد تأکید قرار گرفته است. هدف اصلی این پژوهش طراحی الگوی کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند با رویکرد داده بنیاد بود و بدین منظور از روش پژوهش کیفی استفاده شد. با استفاده از روش پژوهش نظریه پردازی داده بنیاد و با کمک سه نوع کدگذاری باز، انتخاب محوری، مضامین و روابط بین آنها تشریح شد. هدف پژوهش حاضر نیل به نتایج کلی و کاربردی از طریق ترکیب مصاحبه‌ها، قوانین و مقررات، منابع و مطالعاتی است که در داخل و خارج کشور در زمینه "طراحی الگوی کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند با رویکرد داده بنیاد" انجام گرفت. مقوله اصلی و محوری در این تحقیق که توسط خبرگان تأیید گردید انگیزه خودکفایی اقشار نیازمند است. انگیزه خودکفایی اقشار نیازمند به یک جزء اصلی در توسعه اقتصادی شهرها و کشورهای سراسر جهان تبدیل شده است. ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان از مواردی است که در پایگاه‌های معتبری نگاه سیستمی به مجموعه کسب و کارها، فن آوری‌ها و دانش بنیان بودن دارد. دانش، عاملی کلیدی و منبعی استراتژیک برای کسب دارایی‌ها و قابلیت‌های غیر ملموس سازمانی است که می‌تواند منجر به رشد بیشتر، ارزش آفرینی و کسب مزیت رقابتی شود. با در نظر گرفتن شرایط پویا و پیچیده فراروی سازمان‌ها در محیط رقابتی شدید، نیاز مستمر به توسعه نوآوری بیش از هر زمان دیگری برای سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف ملموس شده است. این نتیجه در بسیاری از تحقیقات مورد تأیید قرار گرفته است و تحقیقات و مستندات می‌تواند در ادامه آورده خواهد شد موید این واقعیت است. اصل اساسی در مفهوم ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان این است که افراد تصمیمات خود را در انزوا نمی‌گیرند، بلکه تحت تأثیر تصمیمات دیگران قرار دارند. به عبارت دیگر، رفتار آنها در یک شبکه روابط تعبیه شده است. پژوهشگران نشان می‌دهند که ساختار و چگالی شبکه‌های ارتباطی عوامل تعیین کننده مهمی برای میزان انتشار نوآوری هستند. کسب و کار دانش بنیان موفق، قابلیت رشد بیشتری نسبت به شرکت بالغ دارد یعنی می‌تواند با سرمایه‌ای کمتر، نیروی کار یا زمینه رشد بیشتری نسبت به شرکت‌های قدیمی داشته باشد. سال‌های بیشتر تجربه کاری، تجزیه و تحلیل راهبردهای رقبا، سرسخت، بازاریابی فعال، داشتن طرح کسب و کار، استفاده از نوآوری به عنوان ایده کسب و کار، تمایل به خطر کردن و خطرپذیری عاملی مهم برای رونق کسب و کار دانش بنیان می‌باشد. علاوه بر این، نیروی انسانی با گذشت زمان عامل مهمی در موفقیت کسب و کارهای دانش بنیان خواهد بود و به طور کلی، عامل تعهد در راستای موفقیت کارآفرینان بسیار مهم است. طبق یافته‌های پژوهشگران، تجربه بسیاری از بنیان گذاران کسب و کارها، مدیران و سرمایه گذاران با فن آوری بالا عامل موفقیت کسب و کارهای دانش بنیان شناسایی و طبقه‌بندی شده است. دیدگاه دانش بنیان شرکت، تکامل منطقی دیدگاه مبتنی بر منابع شرکت است و لحاظ می‌کند که این روش می‌تواند شامل تکامل زمانی در منابع و توانایی‌هایی باشد که مزایای رقابتی را حفظ می‌کنند انتظاری (۱۳۹۸). بابایی فیشانی و همکاران (۱۳۹۹) ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان را عاملی مؤثر در موفقیت نوآوری کارآفرینانه و سیستم‌های

¹ Cornell University

² Global Entrepreneurship & Development Institute

کسب و کار نوآورانه معرفی کرده‌اند. نک^۱ و همکاران (۲۰۰۴) (ذکر شده در بابایی فیشانی، ۱۳۹۹) در تحقیق خود در منطقه بولدر که عموماً بر محور شناسایی نقش ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان (انکوباتورها) در شکل گیری و توسعه شرکت‌های نوپا بوده به شناسایی فاکتورهای محیطی که کسب و کارها را در یک منطقه تسریع می‌نماید نظیر شبکه‌های غیررسمی، دانشگاه‌ها، دولت، خدمات پشتیبانی، منابع مالی سازمان‌های بزرگ، استعدادها، زیرساخت فیزیکی و فرهنگ توجه نموده و در نهایت نگاهی تکامل‌گرا را در حوزه زیست بوم کارآفرینانه ارائه می‌نمایند. شاخص جهانی کارآفرینی برای به تصویر کشیدن کسب و کارهای کارآفرینانه ویژگی‌هایی از کارآفرینی از قبیل نوآوری، گسترش بازار، رشد محور بودن و پیش بین‌المللی داشتن را مدنظر قرار می‌دهد که بهره‌وری را بهبود می‌بخشد. در آخرین گزارش منتشر شده از مؤسسه کارآفرینی و توسعه جهانی در سال ۲۰۱۸ رتبه ایران در میان ۱۳۷ کشور جهان به ۷۲ رسیده که نسبت به سال گذشته ۱۳ رتبه ارتقا یافته است. بر اساس این گزارش اگرچه ایران همچنان رتبه پایینی در شاخص جهانی کارآفرینی و کسب و کارهای دانش بنیان دارد ولی با صعود ۱۳ پله‌ای خود توانست زیست بوم خود را نسبت به سال قبل ارتقا داده و از لحاظ بهبود زیست بوم جزو ۱۰ کشور برتر دنیا قرار بگیرد. ایران در بین کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا هم توانسته با ۳ پله صعود در جایگاه یازدهم قرار بگیرد (بابایی فیشانی و همکاران، ۱۳۹۹).

بر اساس نتایج تحقیق کسب و کار دانش بنیان متناسب اقشار نیازمند به عنوان راهبرد اصلی در ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان از سوی خبرگان تحقیق معرفی شده است. رابلو و برنوس^۲ (۲۰۱۵) (ذکر شده در بابایی فیشانی، ۱۳۹۹) در مقاله خود با مرور جامع متون ۹ بعد مشخص شامل نقش آفرینان (دولت، دانشگاه‌ها، صنعت، نهادهای پشتیبانی، کارآفرینان، سیستم مالی، مشتریان و افراد)، سرمایه، زیرساخت، قواعد، دانش، ایده‌ها، کانال ارتباطی، فرهنگ و اصول ساختاری را به عنوان فاکتورهایی که در مسیر ایجاد و توسعه تکاملی اکوسیستم‌های نوآوری اثرگذارند، شناسایی نموده‌اند. بر اساس این مطالعه در کشورهای سازمان همکاری توسعه اقتصادی که در کشورهای صنعتی شکاف جدی تامین مالی وجود ندارد. اما نبودن منابع مالی مناسب برای توسعه کسب و کارهای نوآور یا بنگاه‌هایی در بخش فن آوری یا الگوهای کسب و کار جدید وجود دارد. کسب و کارهای استارت آپ و دانش بنیان نیاز به چرخ‌های تامین مالی دارند (بابایی فیشانی و همکاران، ۱۳۹۹). ایجاد ساختار حمایتی نهادینه و مناسب برای اقشار نیازمند به عنوان یکی از شرایط بستر ساز (زمینه‌ای) در ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان است. در رویکرد زیست بومی، طراحی سیاست‌ها مستلزم پذیرش تفاوت‌های محلی و تفاوت‌های منابع موجود، شبکه‌ها و قابلیت‌های بازار است. از این رو دولت‌ها باید تلاش کنند تا محیطی مطلوب و توانمندساز ایجاد کنند که منجر به تجاری سازی اختراعات و ابتکارات شود (بابایی فیشانی و همکاران، ۱۳۹۹).

همچنین در این پژوهش به چند گزاره حکمی رسیدیم که در اینجا به آنها اشاره می‌شود:

گزاره حکمی یک: مولفه‌های شرایط علی بیکاری پنهان و آشکار، فقر و کمبود درآمد، تحریم‌ها و وابستگی‌ها، وجود انگیزه در بین اقشار نیازمند، شرایط علی برای طراحی الگوی کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند محسوب می‌شود.

¹ Neck

² Rabelo & Bernus

گزاره حکمی دوم: مولفه کسب و کار دانش بنیان راهبرد راه اندازی کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند محسوب می‌شود.

گزاره حکمی سوم: بستر یا شرایط زمینه‌ای، حمایت دولت از کسب و کارهای دانش بنیان با رویکرد حمایت از اقشار نیازمند، هوشمندی فضای کسب و کار برای اقشار نیازمند، اطلاع رسانی زمینه ایی شروع کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند، رویکرد علمی و دانشی در همه ابعاد و مراحل کسب و کار، ارائه مشاوره‌های فنی، تخصصی و مالی برای راه اندازی کسب و کار به اقشار نیازمند، ساختار حمایتی نهادینه و مناسب برای اقشار نیازمند، صندوق های سرمایه گذاری، فضا و بستر کارآفرینی، اهمیت دادن به اقشار نیازمند، برنامه عملیاتی آموزش مفاهیم اقتصادی و کارآفرینی و مهارت آموزی برای اقشار نیازمند، زیست بوم کسب و کارهای دانش بنیان، روحیه خودباوری، آموزش های لازم به اقشار نیازمند در انجام مشاغل، اعتماد به دولت و نهادهای مجری، منابع و فرصت های مردمی، امکان دسترسی به موقع و فرصت های برابر تسهیلاتی برای اقشار نیازمند، دغدغه اقتصاد و کارآفرینی اقشار نیازمند، رفع موانع استقرار کسب و کارهای دانش بنیان، آموزش های لازم به اقشار نیازمند در انجام مشاغل شرایط زمینه‌ای و بسترهای ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند مطرح شده‌اند. توانمندسازی متقاضیان در استفاده از توانایی های شخصی در فرایند شبکه اقتصادی محصولات و خدمات به عنوان یکی از بسترهای ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان است. توسعه شرکت های دانش بنیان بیشتر بر اساس دانش و نوآوری و اغلب در پارک های علم و فن آوری صورت می گیرد. در صورت ناتوانی شرکت های دانش بنیان مستقر در پارک ها، در جذب و حفظ مشتریان، ایجاد پارک های علمی با عدم توجه اقتصادی روبه‌رو خواهد شد. این امر توجه مدیران کسب و کارهای دانش بنیان را به برنامه ریزی و مدیریت راهبردی بازاریابی ضروری می‌سازد (گلابی و همکاران، ۱۳۹۹). مدیریت بازاریابی می‌تواند به مثابه راهکاری راهبردی در کسب و کارهای دانش بنیان نوپا برای کسب و حفظ مزیت رقابتی به کار برده شود. زیرا در این شرکت ها خلق ارزش، توسعه مزیت رقابتی از طریق نوآوری و عرضه محصولات و خدمات نوآور در بازار، نیازمند فرایندی منسجم و مداوم است که در قالب به کارگیری دانش بازاریابی متبلور خواهد گردید. ایجاد شناخت و ارتقای ارزش دانش ضمنی، ارائه محصولات و خدمات تحت برند منحصر به فرد و فروش، بازاریابی تبلیغات، زمان بندی برای عرضه محصولات و خدمات مولفه هایی هستند که در تحقیق گلابی و همکاران (۱۳۹۹) جهت رشد توانمندی کسب و کارهای دانش بنیان مطرح شده‌اند. بر اساس نتایج تحقیق خودباوری به عنوان یکی از شرایط زمینه ایی در ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان از سوی خبرگان تحقیق معرفی شده است. ایجاد کسب و کار دانش بنیان در کشور، با خودباوری، آغاز می‌شود، با آن ادامه می‌یابد و پایان اش نیز با همان است؛ در واقع جوامع با تحولات و تهدیدات گسترده بین المللی روبرو هستند. تحولات و دگرگونی های نظام اجتماعی- اقتصادی عصر حاضر، ناشی از پیشرفت های شگرف علمی و تکنولوژیک است که به نوبه خود منجر به دیدگاه ها و ضرورت های جدیدی شده است. برای پاسخ به این نیازها و همراهی با تحولات و دگرگونی های مزبور، دیگر نمی‌توان به روش ها و فرایندهای موجود اکتفا کرد. از این رو تضمین و تداوم حیات و بقای جوامع، نیازمند ارائه راه ها و روش های جدید به منظور مقابله با مشکلات است. به همین خاطر است که نوآوری، ابداع، تولید محصول جدید، فرایندها و روش های نو، بیش از پیش ضرورت می‌یابد. خودباوری یک عامل وادارکننده در عملکرد اعضای یک مجموعه است. خودباوری

تأثیر انتظار خود شخص از توانایی‌های خویش است. بدین معنی که عقاید شخصی در مورد توانایی فرد و خودباوری پیرامون عملکرد خود، به طور گسترده‌ای عملکرد آن شخص را تعیین می‌کند (گلابی و همکاران، ۱۳۹۹).

گزاره حکمی چهارم: شرایط مداخله گر، مشکلات اقتصادی حاکم بر اقتصاد کشور، ساختار حقوقی حاکم بر کسب و کارهای دانش بنیان، معافیت‌های مالیاتی، سطح تکنولوژی، اعتماد به دولت و نهادهای مجری، مصوبات مجلس و دولت، فرهنگ دانایی محوری حاکم بر جامعه، وجود فرصت‌های محلی و منطقه‌ای، نوسانات بازار ارز تأثیرگذار بر کسب و کارهای دانش بنیان، عوامل مداخله گر راه اندازی کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند محسوب می‌شوند.

گزاره حکمی پنجم: ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند موجب خواهد پیامدهای حاصل از ایجاد کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند براساس دیدگاه خبرگان تحقیق حاضر عبارتند از: ۱. پیامدهای فردی: اشتغال برای اقشار نیازمند، افزایش سطح رفاه اقشار نیازمند، بهبود رضایتمندی اقشار نیازمند از خود و جامعه، احساس راحتی بیشتر در بین اقشار نیازمند، خوداتکایی اقشار نیازمند ۲. پیامدهای اجتماعی: تولید و هم افزایی دانش اقشار نیازمند، کارآفرینی برای اقشار نیازمند، تحرک و عدالت اجتماعی در بین اقشار نیازمند، توزیع عادلانه ثروت در بین اقشار جامعه را فراهم آورد.

نتیجه گیری و پیشنهادها

پیشنهادهای برگرفته از نتایج تحقیق

با توجه به سابقه چندساله فعالیت در زمینه شرکت های دانش بنیان در یک دانشگاه معتبر پیشنهادات کاربردی زیر ارائه می شود:

- عقد قرارداد با کمیته امداد امام خمینی در خصوص پیاده سازی الگوی اقتصاد دانش بنیان برای اقشار نیازمند به منظور شناسایی این افراد جهت به کارگیری آنها در این الگو و استفاده از آنها در طرح های اشتغالزا.

- تقویت زیست بوم های نوآوری شرکتی. علاوه بر دانشگاه ها و پژوهشگاه ها، شرکت ها و صنایع بزرگ نیز می توانند از طریق نوآوری باز و بویژه همکاری با پژوهشگران، و به طور کلی صاحبان دانش فنی، سهم مهمی در شکل گیری شرکت های دانش بنیان جدید داشته باشند.

- آموزش تخصصی این افراد به منظور بازاریابی محصول و خدمت تولید شده توسط این شرکت ها به جهت تداوم فعالیت این شرکت ها؛ زیرا مشاهده شده بسیاری از این شرکت ها در ۵ سال اول فعالیت شان با توجه به وجود شرکت های با سابقه فعالیت بیشتر، این شرکت ها از گردونه رقابت خارج شده اند.

- برگزاری رویدادهای استارتآپی موسوم به «پیوند» و «دوشنبه استارتآپی» به منظور معرفی تیم ها و هسته های فن آور سرمایه پذیر و صاحب ایده یا محصول به شرکت های بزرگ به عنوان سوژه های مناسب برای سرمایه گذاری جسورانه.

- لازم است همه وزارتخانه ها و دستگاه های زیرمجموعه آنها و بخش خصوصی نسبت به ایجاد و ابلاغ پستی به نام مدیر ارشد دانش (CKO) به عنوان نقشی استراتژیک در توسعه دانش بنیان اقتصاد اهتمام نمایند. باید بدانیم دانش در اقتصاد دانش بنیان ماهیتی استراتژیک برای کشور دارد. باید در لایه ارشد سازمان ها به آن توجه شود و مدیریت وزارتخانه ها و

دستگاه‌ها مبتنی بر دانش شود و تصمیم‌گیری‌های مدیریتی رنگ و بوی دانشی بگیرند. ضمناً بهبود سیستم‌های مدیریتی کشور به مدیریت دانش محور و همه‌گیر شدن استفاده از این سیستم‌ها به طور حتم، ضریب افزایش بهره‌وری در سازمان‌ها را افزایش می‌دهد.

- لازم است وزارتخانه‌های مرتبط، نسبت به ایجاد و توسعه شهرها و مناطق دانش بنیان با همکاری شهرداری‌ها و شوراهای شهر اهتمام نمایند. شهرهای آینده، شهرهای دانشی هستند. شهری که سرمایه‌های درون شهر را شناسایی و به عنوان یک اهرم برای توسعه شهر استفاده می‌کند. از مصادیق یک شهر دانشی می‌توان به جذب استعدادها، برندینگ شهری، توانایی پاسخگویی به موقع به حوادث شهری، بالا بودن شاخص‌های علم و فن آوری در شهر مثل پارک‌های علم و فن آوری، شرکت‌های دانش بنیان، وجود پایگاه یکپارچه دانش شهری، وضعیت سرمایه‌گذاری‌های دانشی در شهر، قابلیت نوآوری شهر در تمامی حوزه‌های زندگی شهری و غیره اشاره کرد. علاوه بر این، شکل‌دهی و توسعه مناطق دانش بنیان موفق در سطح کشور و خاورمیانه و ایجاد هاب‌ها و خوشه‌های منطقه‌ای در سراسر کشور تاثیر مثبتی در توسعه مناطق دانش بنیان به خصوص جهت ارائه خدمت به اقشار نیازمند می‌گذارد که نیازمند اهتمام جدی دولت و همکاری موثر میان وزارتخانه‌ها است.

- درصد ناچیزی از درآمد دانشگاه‌ها از محل فروش دانش و انتقال فن آوری است. وزارت علوم، تحقیقات و فن آوری باید توجه ویژه‌ای به اصلاح فرهنگ مدرک گرایی و تعیین دوره عمر برای مدارک تحصیلی دانشگاهی داشته باشد. لازم است سایت‌های منبع باز به زبان‌های فارسی و بین‌المللی برای یادگیری با همکاری دانشگاه‌های کشور ایجاد شود. باید به جای تاکید بیش از حد به تولید مقاله به تاثیرگذاری مقالات و دانش‌ها در زندگی عموم جامعه، صنایع و کسب و کار تاکید کرد. افزایش سهم همکاری در تحقیقات کاربردی بین صنعت و دانشگاه و اهتمام جدی به تغییر ماهیت دانشگاه‌ها در تبدیل شدن به دانشگاه کارآفرین یک دغدغه جدی در کشور است. روش‌های آموزشی فعلی دانشگاه‌ها هم جوابگوی نیاز صنعت در شرایط پیچیده فعلی نیست.

- بازار فروش مناسبی برای محصولات و خدمات شرکت‌های دانش بنیان وجود ندارد و اگر شرکت‌های دانش بنیان محصول یا خدمت دانشی با کیفیت و با قیمت رقابتی هم تولید کنند باز با مشکل فروش و صادرات محصولات و خدمات دانشی خود مواجه‌اند. شرکت‌های دانش بنیان هم باید با ابزارهای مدیریتی، روش‌های تجاری‌سازی و بازاریابی دانش بیشتر آشنا شوند.

- به مدیران کسب و کارهای دانش بنیان، پارک‌های علم و فناوری، کارآفرینان و شرکت‌های دانش بنیان در راستای طراحی الگوی کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند پیشنهاد می‌گردد تا موارد زیر مورد توجه قرار دهند:

۱- مقوله محوری در این تحقیق انگیزه خودکفایی اقشار نیازمند شناسایی شد لذا پیشنهاد می‌گردد هر استان و منطقه‌ای در کشور با توجه به شرایط حاکم بر آن استان و منطقه به شناسایی مولفه‌ها، ابعاد و عوامل تاثیرگذار پردازد و با توجه به زیست بوم خود به تبیین استراتژی و برنامه‌های علم‌یاتی خاص خود پردازد. در حقیقت بروز و رشد کسب و کارهای دانش بنیان در کشورهای مختلف در گرو زمینه و مجموعه عواملی خاصی است که با دیدگاه‌های مختلف از جمله عوامل مؤثر محیطی، فرآیند کسب و کار دانش بنیان و همچنین رویکرد زیست بومی قابل بررسی است. در این بین رویکرد زیستی برای

اقتدار نیازمند به واسطه نگاه جامع و یکپارچه به این حوزه می‌تواند نقش مهم و مؤثری را برای درک واقعیت‌های مرتبط با این مقوله و همچنین جهت‌دهی مطلوب تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات بهبود دهنده داشته باشد. اولین اقدام لازم و حیاتی در این مسیر تبیین درست و جامع این سازوکارها شامل اجزاء و روابط آنها بوده که باید با توجه به شرایط و مقتضیات خاص منطقه‌ای یا ملی مربوطه دنبال گردد.

۲- در زمینه تعیین آرمان‌ها و اهداف پیشنهاد می‌گردد تا اسناد بالادستی توسعه مانند چشم انداز ۱۴۰۴ مورد توجه قرار گیرد و با توجه به این سند به راه‌اندازی کسب‌وکارهای دانش بنیان پرداخته شود چراکه نقشه راه استراتژیک کشور و چشم انداز توسعه در آن مشخص شده و کسب‌وکاری که بتواند در این مسیر حرکت کند، موفق خواهد بود، همچنین پیشنهاد می‌گردد تا به برنامه‌های توسعه‌ای کشور نیز توجه شود و با توجه به این برنامه‌ها و افق‌های توسعه‌ای به راه‌اندازی کسب‌وکارهای دانش بنیان پرداخته شود، همچنین سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری مد نظر قرار گیرد چراکه بسیاری از دیدگاه‌ها و برنامه‌های اقتصادی کشور و افق‌های توسعه و پیشرفت کشور را در بر می‌گیرد و می‌تواند چراغ راهی برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای دانش بنیان باشد.

۳- در زمینه بکارگیری خلاقیت و نوآوری در کسب‌وکارهای دانش بنیان پیشنهاد می‌گردد تا هنگام راه‌اندازی و ایجاد این کسب‌وکارها، از دانش‌ها و روش‌های جدید مبتنی بر خلاقیت و نوآوری استفاده شود، مسائل جدید به روش جدید شناسایی و حل و فصل شود و از فن‌آوری‌های به روز استفاده شود و در راستای یافتن راه‌حل‌ها و دانش جدید تلاش شود و از علوم جدیدی و به روز همچون: هوش مصنوعی و مهندسی ژنتیک جهت توسعه و پیشرفت و ایجاد فن‌آوری‌های جدید استفاده شود.

۴- در زمینه دانش بنیان بودن پیشنهاد می‌گردد برای راه‌اندازی کسب‌وکارها به دانش‌های نوین و جدید توجه شود و برای راه‌اندازی این کسب‌وکارها به خلق دانش ضمنی پرداخته شود و کسب‌وکارها خلاقیت محور، منحصر به فرد و نوآورانه باشد تا بتواند محصول و خدمتی عرضه کند که توجه مشتریان بیشتری را جلب کند.

۵- برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای دانش بنیان پیشنهاد می‌گردد تا افراد به خود و توانایی‌هایشان باور داشته باشند و برای شکوفاشدن استعدادهای علمی و فکری خود تلاش کنند، آزادی و استقلال عمل به افراد در ارائه ایده جدید و ساخت و طراحی ایده نو داده شود و به افراد زمان و فرصت مناسب برای ارائه و خلق ایده‌های جدید داده شود تا کسب‌وکارهای دانش بنیان برای اقتدار نیازمند قابل دستیابی و راه‌اندازی باشد.

۶- کسب‌وکارهای دانش بنیان در مرحله اول باید به شناسایی دلایل تمایل به مصرف کالاهای داخلی بپردازند یک کسب‌وکار دانش بنیان می‌تواند با تأکید بر مشتریان و تعیین راهبردهای ارزش‌گذاری برای مشتریان که از طریق ارائه محصولات و خدمات با کیفیت انجام می‌پذیرد نیازهای واقعی مشتریان را شناسایی کند و در راستای برآورده کردن این نیازها تلاش کند. جلب رضایت مشتریان و دستیابی به مزیت رقابتی و فروش محصولات و خدمات را در اولویت قرار دهد و با ارائه محصولات و خدمات به روز و رضایت بخش حق انتخاب بیشتری را برای مشتریان فراهم آورد.

۷- در زمینه هوشمندسازی و یکپارچه فضای کسب و کار اقشار نیازمند پیشنهاد می‌گردد تا زیرساخت اطلاعات برای راه اندازی کسب و کارهای جدید برای اقشار نیازمند فراهم گردد و اطلاعات لازم در این زمینه به این افراد داده شود تا این افراد بتوانند تصمیمات مناسب و مقتضی را اتخاذ کنند و در راستای دستیابی به موفقیت و توسعه فردی کسب و کاری جدید راه اندازی کنند، زیرساخت فنی در زمینه ایجاد و راه اندازی کسب و کاری دانش بنیان فراهم گردد تا کسب و کارها در هنگام راه اندازی با مشکل مواجه نشوند، مواد، خدمات و الزامات مورد نیاز برای راه اندازی کسب و کارهای دانش بنیان فراهم گردد تا کسب و کارها در هنگام راه اندازی با مشکلاتی در زمینه تامین مواد اولیه مواجه نشوند، زمینه‌های اطمینان و کاهش ریسک برای کارکنان فراهم گردد و کانال‌های ارتباطی قوی برای کسب و کارهای دانش بنیان تعبیه شود تا در صورت لزوم بتوانند در راستای تحقق اهداف و چشم اندازهای خود ارتباطات لازم را برقرار کنند، پوشش رسانه‌ای و تبلیغات برای رساندن دانش‌ها، خدمات و محصولات این نوع کسب کارها در اختیار آنها قرار گیرد تا این نوع کسب و کارها بتوانند از محصولات و خدمات خود تبلیغ کنند.

۸- با توجه به نتایج تحقیق در زمینه فرهنگ کاری (تلاش و پشتکار یا تبلی و تعلل) حاکم بر جامعه پیشنهاد می‌شود برای راه اندازی کسب و کارهای دانش بنیان برای اقشار نیازمند به مردم، جامعه، نظام آموزشی، انگیزاننده‌های کسب و کارهای دانش بنیان، مراکز رشد و پارک‌های علم و فن آوری، تناسب بین اقشار مختلف جامعه، مسائل حقوقی و سیاسی توجه شود.

۹- برای راه اندازی کسب و کارهای دانش بنیان در مسائل توانمندسازی متقاضیان در استفاده از توانایی‌های شخصی در فرایند شبکه اقتصادی محصولات و خدمات پیشنهاد می‌گردد از تیم‌ها و گروه‌های کارا و اثربخش برای تحقق اهداف کسب و کار دانش بنیان استفاده شود و در هنگام جذب نیروی انسانی مورد نیاز به روحیه تیمی آنها توجه شود، مهارت‌ها با ایجاد اشتغال همراستا باشند و افراد متناسب با مهارت‌ها و توانایی‌های خود در تیم جذب و بکارگیری شوند، نیروی انسانی مورد نیاز برای ایفای نقش در تیم و تحقق اهداف تیم آموزش و پرورش داده شود، مهارت‌های خلاقانه افراد در تیم توسعه و مدیریت شود، فرهنگ آموزش و یادگیری ایجاد گردد، به افراد ماهر و با تجربه توجه شود.

۱۰- در راه اندازی کسب و کارهای دانش بنیان در زمینه ایجاد بانک اطلاعاتی از اقشار نیازمند متقاضی کسب و کار پیشنهاد می‌شود تا دیپلماسی علمی در بین کارکنان به کار گرفته شود و هر یک از افراد در این کسب و کار بتوانند به نوعی دانش کسب و کار خود را بیفزایند و در جهت تحقق اهداف کسب و کارشان از توان علمی و پژوهشی خود استفاده کنند، پژوهش‌های بین‌المللی و ارتباطات با صنعت تداوم یابد و فرصت نواندیشی و توسعه به افراد حاضر در کسب و کار داده شود و نظام پیشنهادات و انتقادات مورد توجه و استفاده قرار گیرد تا بتوان ایده‌ها و کسب و کارها را بهبود بخشید و در راستای موفقیت آنها تلاش کرد و ارتباطات در داخل و خارج از کشور برای این کسب و کارها مهیا باشد تا بتوانند دانش و علمی را که نیاز دارند به دست آورند و در راستای تحقق این اهداف تلاش کنند.

۱۱- در زمینه مسائل تامین و مدیریت منابع مالی پیشنهاد می‌گردد تا ذینفعان در زمان تصمیم‌گیری و تعیین اهداف و استراتژی‌های این نوع کسب و کارها مشارکت داشته باشند، مشاوره و هدایت شغلی صحیح از سوی دولت صورت گیرد و کسب و کارها در صورت نیاز به پشتیبانی و حمایت بتوانند این حمایت‌ها و پشتیبانی‌ها را دریافت کنند و به مالکیت فکری

و معنوی کسب و کارها احترام گذاشته شود و این نوع کسب و کارها بتوانند از تفکر و ایده خود استفاده کنند و بستر قانونی از حیث پاسداشت ایده‌ها وجود داشته باشد تا کسب و کارها از بیان نظرات خود و دریافت مشاوره هراسی نداشته باشند. مصادیق دارایی‌های فکری شامل کپی رایت، پتنت، طراحی صنعتی، علائم تجاری، اسرار تجاری و غیره است. نکته مهم اینکه قوانین خوبی برای حمایت از مالکیت فکری در کشور وجود دارد و به معاهدات بین‌المللی هم ملحق شده‌ایم اما غالب سازمان‌ها و افراد حقیقی آگاهی کمی از این قوانین دارند. به عنوان مثال حقوق انحصاری ثبت اختراع توسط دولت تا ۲۰ سال به مخترع داده می‌شود و مخترع می‌تواند استفاده تجاری از اختراع خود داشته‌باشد. بسیاری از شرکت‌های معتبر دنیا با ثبت اختراعات متعدد و فروش آنها نه تنها سود بالایی بدست می‌آورند بلکه از به سرقت رفتن آن توسط رقبا هم جلوگیری می‌کنند؛ چون مورد حمایت قانون هستند.

۱۲- باید یاد بگیریم که دانش نیز تاریخ مصرف دارد. اقتصادی موفق است که با تکیه بر دانش، دائماً نوآوری می‌کند، نیازها را زودتر از دیگران کشف می‌کند و بهتر از دیگران به آن پاسخ می‌دهد و این درون مایه اصلی نوآوری مستمر است. به گفته بانک جهانی دانش رکن توسعه است. بنابراین پیگیری و تلاش برای پیشبرد موثر این اقدامات در راستای توسعه دانش بنیان اقتصاد کشور ضروری است.

منابع

- Abdullahzadeh, Gh. & Jamshidi Kohsari, A., & Hosseini al-Madani, H., & Sharifzadeh, M. S. (2019). Factors affecting the establishment of independent businesses in rural areas. *Village and Development Journal*, (23).2 [In Persian].
- Akbarzadeh, N., & Shafizadeh, E., (1401). Investigating the role of the government in improving the process of creating and developing knowledge-based businesses, *Roshd Tehsileh Magazine*, (33). [In persian].
- Babaei, F, & Mohammadreza, & Azma, F. (2013). The role of applied science university education on the entrepreneurial behavior of graduates, international business development and excellence conference, Tehran [In Persian].
- Bang, A., Mølgaard Cleemann, C., & Bramming, P. (2020). How to create business value in the knowledge economy. *Accelerating thoughts of Peter F. Drucker. Management decision*. 4(48). 616-627.
- Corbin, J. and Strauss, A. (1998). Grounded theory research: procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, Vol. 13 No. 2, pp. 3-
- Droodi, H, & Bahman, J., & Farhad, Javan. (2018). Analysis of the effects of microcredits of the Agricultural Bank in rural development with an emphasis on the agricultural sector under study: Rezvan-Shahr city, the fifth international conference on science and technology with a sustainable development approach, Shiraz, the center for achieving sustainable development [In persian].
- Entezirian, N., (2014). The impact of knowledge-based businesses on the country's economic growth, source of work and society, (180) [In Persian].
- Fakhari, H & Jokar, A. A & Daraee, M.R. (2014). Pathology of Iran's knowledge-based business environment under the conditions of economic sanctions, the first conference on applied economics and management with a national approach.
- Godin, B. 2006. "The knowledge-based economy: conceptual framework or buzzword?". *The Journal of technology transfer*. 31(1). 17-30.
- Golabi, A. M. , & Roza, M, & Rizvani, M. (2019). Conceptualization of marketing management process in knowledge-based businesses located in Arak Science and Technology Park, *New Economy and Trade*, (6) , 77-98 [In Persian].

- Haji Akhundi, E., & Hashemzadeh, Kh. & Bushehri, Gh. (2019). Identifying macro factors affecting the success of open innovation in the ecosystem of digital knowledge-based businesses. *Industrial Management*, 12(2), 344-372[In Persian].
- Hoskisson, R. E. et al. (2020). Strategy in emerging economies. *Academy of management journal*. 43(3). 249-267.
- Joueidi, S. (2013). A taxonomy of manufacturing and service firms in Luxembourg according to technological skills.
- Khajezadeh, F. (2021). Investigating the effect of disruptive technology, innovation ambivalence on dynamic capabilities with the mediating role of sustainable competitive advantage in Gol Gohar Complex, Master's Thesis of Technology Management, Islamic Azad University, Sirjan branch [In Persian].
- Khayatian, M.S & Eliyasi, M & Tabatabayian, S. H. E. (2015). The sustainability model of knowledge-based companies in Iran. *Science and Technology Policy*, 9(2), 49-62.
- MohammadKazemi, R, & Talebi, K, & Davari, A, & Dehghan, A. (1400). Investigating the impact of business model innovation on creating competitive advantage with the mediating role of entrepreneurial ability (case study: knowledge-based companies in the field of information and communication technology). *Scientific Research Quarterly Journal of Entrepreneurship Development*, 14 (2), 321-32[In Persian].
- Paknit, M,& Ansari, R,& Shahin, A.(2015). Analysis of the impact of technological innovation capabilities on technology commercialization and the performance of knowledge-based companies in Isfahan province. *Innovation Management*, 5(3), 84-59[In Persian].
- Redai, M. and Ghazinouri, Z. (2016). Evaluation of the role of small and medium industries (SMEs) in Iran's economic growth, *Business Studies and Research Institute*, No. 39[In Persian].
- Saghafee, F & Haddadi, J. (2017). Providing a model for measuring the impact of science and technology park services on the innovative performance of knowledge-based companies based in them. *Technology Development Management Quarterly*, 6(2), 101-127.
- Strauss, A.(1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- World Economic Forum (2017). *Global Competitiveness Report 2017–2018*.
- Zack, M.H. (2013). Rethinking the knowledge-based organization. *MIT Sloan management review*. 44(4). 67.

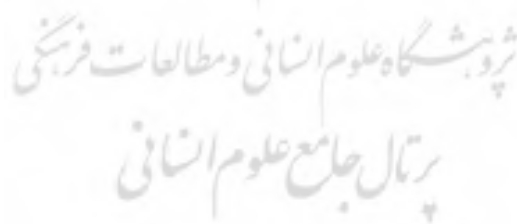
Design a model of knowledge-based businesses for the needy classes with a mixed approach

Mohsen Gholamrezaei¹ Mohammad ziaaddini² Mostafa Hadavi nejad³ Mohammad Reza Hosseinipour⁴

Abstract

A knowledge-based business relies on the creation, dissemination, and utilization of information, science, wisdom, and knowledge. The aim of the current research is to provide a suitable model of knowledge-based businesses for the needy classes. In this research, the systematic design of the Foundation Data Theory has been used; The rationale behind the selection of this project is its methodology while emphasizing the views of the participants, as well as its conclusion to a set of theorems and a testable model; For this purpose, in addition to conducting an open interview with 12 experts familiar with the research topic, a set of primary themes (1545 themes) were collected during the open coding process, and categories (60 categories) were extracted from them. The coding had several main axes, including causal conditions like lack of self-employment among the needy, hidden and explicit unemployment among the needy, poverty and income deficiency, lack of financial infrastructure among the needy. The strategy was knowledge-based entrepreneurship, and there were also contextual and intervening conditions. The research results showed Such businesses are crucial for enhancing productivity, developing new products and services, improving economic conditions, promoting welfare, and creating wealth and value within a society.

Keywords: business knowledge-based businesses the needy suitable method for knowledge-based businesses.



¹. PHD Student, Department of Management, Rafsanjan Branch, Islamic Azad University, Rafsanjan, Iran

². Assistant Professor, Department of Management, Rafsanjan Branch, Islamic Azad University, Rafsanjan, Iran.

³. Associate Professor, Department of Management, Faculty of Administrative Affairs and Economics, Vali -e- Asr University of Rafsanjan, Rafsanjan, Iran

⁴. Assistant Professor, Department of Management, Rafsanjan Branch, Islamic Azad University, Rafsanjan, Iran.