

تحلیل نظام‌مند سازوکارهای تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در اقتصاد دیجیتال ایران (مرور انتقادی و تدوین چارچوب مفهومی (۱۴۰۳-۱۳۸۹))

لیلا فرجو^۱، سید عباس حسینی^۲

چکیده :

اگرچه علاقه آکادمیک به کارآفرینی دیجیتال در ایران افزایش یافته، هنوز به اندازه کافی مورد بررسی قرار نگرفته است. ادبیات موجود، همچنان پراکنده، از نظر نظری ضعیف و از نظر روش‌شناسی محدود است. مطالعات پیشین اغلب بر مطالعات موردی توصیفی یا پیمایش‌های نمونه کوچک متکی بوده و تعامل ناکافی با چارچوب‌های نظری معاصر دارند. فقدان مرورهای جامعی که یافته‌ها را ترکیب، کیفیت روش‌شناختی را به‌طور انتقادی ارزیابی و چارچوب‌های منسجمی برای هدایت پژوهش آینده پیشنهاد کنند، مشهود است. این شکاف، توسعه دانش تجمیعی و کاربرد عملی پژوهش برای کارآفرینان و سیاست‌گذاران را محدود می‌سازد. این پژوهش با هدف انجام مرور نظام‌مند و تحلیل انتقادی پژوهش‌های ایرانی در حوزه تشخیص فرصت کارآفرینانه در بستر اقتصاد دیجیتال و تدوین چارچوب مفهومی بومی انجام شده است. یافته‌های این تحقیق سه سازوکار اصلی و به هم پیوسته را شناسایی کردند که اگرچه این مرور نشان‌دهنده رشد چشمگیر مطالعات تجربی در ایران است، اما ضعف‌های جدی از جمله سلطه طرح‌های توصیفی و موردی، استفاده ناکافی از چارچوب‌های نظری تثبیت‌شده و فقدان پژوهش‌های طولی و تطبیقی در این حوزه مشهود می‌باشد.

واژگان کلیدی: فرصت کارآفرینانه، کارآفرینی دیجیتال، اقتصاد دیجیتال، مرور نظام‌مند

^۱ دکتری کسب و کار و کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی Leilafarjoo66@yahoo.com

^۲ دانشجوی دکتری کارآفرینی - دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی hosseini.mze@gmail.com

مقدمه

اقتصاد دیجیتال به سرعت در حال تحول است و فناوری‌های نوظهور، داده‌های بزرگ و پلتفرم‌های آنلاین، فرصت‌ها و چالش‌های نوینی را برای کارآفرینان ایجاد کرده‌اند. در این بستر، توانایی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه، به یکی از مهارت‌های کلیدی موفقیت کسب و کارهای نوپا و استارت‌آپ‌ها تبدیل شده است. تشخیص فرصت، فرایندی پیچیده و چندبعدی است که نه تنها بر قابلیت‌های فردی و شناختی کارآفرین، بلکه بر فناوری‌های در دسترس، شبکه‌های اجتماعی و محیط نهادی و فرهنگی تأثیر می‌پذیرد.

در ایران، با توجه به شرایط خاص اقتصادی، محدودیت‌های فناوریانه، تحریم‌ها و ویژگی‌های فرهنگی-اجتماعی، فرآیند تشخیص فرصت دیجیتال پیچیدگی‌های خاص خود را دارد. مطالعات پیشین عمدتاً به صورت توصیفی بوده و چارچوبی یکپارچه و قابل آزمون ارائه نکرده‌اند. همچنین، تعامل میان عوامل فناوریانه، شناختی و محیطی کمتر مورد توجه قرار گرفته است و باعث شده فهم دقیقی از چگونگی شکل‌گیری فرصت‌های دیجیتال در ایران شکل نگیرد.

تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه دیجیتال را به عنوان سفری پویا، تکرارشونده و چندسطحی مدل‌سازی یک ضرورت مهم به نظر می‌آید تا هم قابلیت‌های فردی و شناختی کارآفرینان، هم ابزارها و فناوری‌های دیجیتال، و هم نقش اکوسیستم و محیط کلان ایران را در فرآیند شکل‌گیری و اعتبارسنجی فرصت‌ها در نظر گیرد. از این رو، پژوهش حاضر نه تنها مبنایی نظری برای درک پیچیدگی‌های تشخیص فرصت دیجیتال فراهم می‌کند، بلکه پیامدهایی کاربردی برای کارآفرینان و سیاست‌گذاران ارائه می‌دهد.

نفوذ فراگیر فناوری‌های دیجیتال طی دهه‌های اخیر به عاملی کلیدی در دگرگونی مفاهیم سنتی کارآفرینی تبدیل شده‌اند. اندیشمندان بسیاری گسترش فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، بلاکچین و اینترنت اشیا، پارادایم‌های جدیدی را در ایجاد و توسعه کسب و کارها خلق کرده‌اند. (میر شمس، ۱۳۹۲).

این تحولات نه تنها شیوه‌های ارزش آفرینی را متحول ساخته، بلکه ماهیت رقابت در بازارهای جهانی را نیز دچار تغییرات بنیادین کرده است. (Abaddi, S. 2024) ماهیت فعالیت کارآفرینانه را دگرگون ساخته و پارادایم‌های سنتی کشف، خلق و بهره‌برداری از فرصت‌ها را به چالش کشیده است (Nambisan, 2017; Autio et al 2018) و منجر به خلق مدل‌های کسب و کار جدیدی شده است.

در اقتصادهای دیجیتال که با وفور داده، اثرات شبکه‌ای و هزینه‌های نهایی نزدیک به صفر مشخص می‌شوند (Goldfarb & Tucker, 2019) فرآیند تشخیص فرصت کارآفرینانه از یک کنش فردی و شناخت‌محور به فرآیندی پیچیده، اجتماعی-فنی متشکل از الگوریتم‌ها، پلتفرم‌ها و جوامع دیجیتال تکامل یافته است. (Obschonka & Audretsch, 2020 Hull et al, 2020). این تحول، بازنگری سازوکارهای تشخیص فرصت را فراتر از نظریه‌های کلاسیک ضروری می‌سازد. (محدثه عقبايي و همکاران ۱۴۰۱)

ایران بستری ویژه در این خصوص بوده که شاهد رشد سریع اقتصاد دیجیتال در سال‌های اخیر بوده که با افزایش نفوذ اینترنت (از حدود ۲۳ درصد در ۱۳۸۹ به حدود ۸۹ درصد در ۱۴۰۲)، رشد چشمگیر اکوسیستم استارت‌آپی (بیش از ۷ هزار استارت‌آپ دیجیتال) و ظهور پلتفرم‌های ملی غالب (مانند دیجی‌کالا و اسنپ) همراه شده است (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۴). این دگرگونی در محیط نهادی منحصربه‌فردی شامل تحریم‌های اقتصادی، چارچوب‌های تنظیمی خاص و زمینه اجتماعی-فرهنگی متمایز رخ داده است. (Zahir-Hadi Al-Tamimi et al., 2024) که همگی بر چگونگی تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه تأثیر می‌گذارند. (جعفری نسب و همکاران ۱۴۰۳).

اگرچه علاقه آکادمیک به کارآفرینی دیجیتال در ایران افزایش یافته، هنوز به اندازه کافی مورد بررسی قرار نگرفته است. (کشاورز و همکاران ۱۳۹۸) ادبیات موجود، همچنان پراکنده، از نظر نظری ضعیف و از نظر روش‌شناسی محدود است. (سید جهاندار حسینی، ۲۰۲۵)

مطالعات پیشین اغلب بر مطالعات موردی توصیفی یا پیمایش‌های نمونه کوچک متکی بوده و تعامل ناکافی با چارچوب‌های نظری معاصر مانند نظریه قابلیت دیجیتال (Autio et al., 2018) یا اثرگذاری (Sarasvathy, 2001) دارند. فقدان مرورهای جامعی که یافته‌ها را ترکیب، کیفیت روش‌شناختی را به‌طور انتقادی ارزیابی و چارچوب‌های منسجمی برای هدایت پژوهش آینده پیشنهاد کنند، مشهود است. این شکاف، توسعه دانش تجمیعی و کاربرد عملی پژوهش برای کارآفرینان و سیاست‌گذاران را محدود می‌سازد.

بیان مساله

در دهه‌های اخیر، گسترش فناوری‌های دیجیتال، اینترنت، پلتفرم‌های آنلاین و هوش مصنوعی، ساختار اقتصاد جهانی را به‌طور بنیادین دگرگون کرده و زمینه شکل‌گیری آنچه «اقتصاد دیجیتال» نامیده می‌شود را فراهم آورده است. این تحول نه تنها شیوه تولید، توزیع و مصرف کالا و خدمات را تغییر داده، بلکه الگوهای جدیدی از خلق ارزش و مدل‌های نوین کسب‌وکار را به وجود آورده است. در چنین بستری، کارآفرینی دیجیتال به‌عنوان یکی از محرک‌های اصلی رشد اقتصادی، نوآوری و اشتغال‌زایی مطرح شده است.

در قلب فرآیند کارآفرینی، مفهوم «تشخیص فرصت» قرار دارد؛ فرآیندی که طی آن کارآفرینان نیازهای برآورده‌نشده بازار، شکاف‌های فناورانه و امکانات نوظهور را شناسایی کرده و آن‌ها را به ایده‌های قابل تجاری‌سازی تبدیل می‌کنند. پژوهش‌های متعدد نشان می‌دهد که موفقیت کسب‌وکارهای نوپا بیش از هر عامل دیگری به توانایی تشخیص به‌موقع و صحیح فرصت‌های کارآفرینانه وابسته است. با این حال، ماهیت پویای اقتصاد دیجیتال، سرعت بالای تغییرات فناوری و عدم قطعیت محیطی، فرآیند تشخیص فرصت را پیچیده‌تر و چالش‌برانگیزتر از گذشته کرده است.

اقتصاد دیجیتال با ویژگی‌هایی نظیر کاهش هزینه‌های ورود به بازار، مقیاس‌پذیری سریع، دسترسی گسترده به داده‌ها و شبکه‌های پلتفرمی، فرصت‌های بی‌سابقه‌ای برای کارآفرینان فراهم کرده است. در عین حال، همین ویژگی‌ها موجب افزایش رقابت، کوتاه شدن چرخه عمر محصولات و ظهور مداوم نوآوری‌های مخرب شده است. بنابراین، درک سازوکارهای تشخیص فرصت در این محیط جدید، به یک ضرورت علمی و عملی برای پژوهشگران، سیاست‌گذاران و کارآفرینان تبدیل شده است.

با وجود رشد مطالعات مرتبط با کارآفرینی دیجیتال، همچنان خلأهایی در زمینه تبیین نظری فرآیند تشخیص فرصت در بستر اقتصاد دیجیتال وجود دارد. بسیاری از مدل‌های کلاسیک تشخیص فرصت، بر شرایط اقتصاد سنتی مبتنی بوده و پاسخگوی پیچیدگی‌های اکوسیستم دیجیتال نیستند. از این رو، بررسی ابعاد شناختی، فناورانه و محیطی تشخیص فرصت در اقتصاد دیجیتال می‌تواند به توسعه چارچوب‌های نظری جامع‌تر و ارائه راهکارهای کاربردی برای کارآفرینان کمک کند.

بر این اساس، هدف مقاله حاضر بررسی مفهوم تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در اقتصاد دیجیتال و تحلیل عوامل مؤثر بر آن است تا بتوان تصویری روشن‌تر از چگونگی شکل‌گیری فرصت‌ها در فضای دیجیتال ارائه داد و مسیرهای جدیدی برای پژوهش‌های آینده و توسعه کسب‌وکارهای نوآورانه ترسیم کرد.

برای پرداختن به این موضوع، پژوهش حاضر پرسش‌های زیر را مطرح می‌کند:

۱. سازوکارهای اولیه تشخیص فرصت کارآفرینانه در اقتصاد دیجیتال ایران بر اساس ادبیات تجربی موجود کدامند؟
۲. نقاط قوت و ضعف روش‌شناختی و نظری اصلی این بدنه ادبیات چیست؟
۳. چگونه می‌توان سازوکارهای شناسایی‌شده را در یک چارچوب مفهومی منسجم که زمینه خاص ایران را در نظر می‌گیرد، یکپارچه کرد؟

این مقاله مرور نظام‌مند و تحلیل انتقادی پژوهش‌های داخلی (۱۳۸۹-۱۴۰۳) در مورد تشخیص فرصت دیجیتال را به انجام رسانده است، در این پژوهش سه هدف مدنظر قرار دارد: ترکیب یافته‌های تجربی در یک رده‌بندی ساختاریافته از سازوکارها؛ ارزیابی انتقادی استحکام نظری و روش‌شناختی ادبیات و توسعه یک چارچوب مفهومی چندسطحی که نظریه بین‌المللی را با واقعیت‌های زمینه‌ای ایران پیوند می‌زند. بدین‌وسیله، هدف فراهم آوردن مرجعی بنیادین برای پژوهشگران، ارائه بینش‌های مبتنی بر شواهد برای فعالان حوزه عمل و ترسیم مسیری روشن برای پژوهش آینده در این قلمرو پویاست.

پیشینه نظری

یکی از مباحث بنیادین در ادبیات کارآفرینی، تمایز میان «تشخیص فرصت» و «خلق فرصت» است. بر اساس دیدگاه کشف فرصت (Kirzner, 1973)، فرصت‌ها به‌صورت عینی در بازار وجود دارند و کارآفرینان از طریق هوشیاری کارآفرینانه^۳ آن‌ها را شناسایی می‌کنند. در مقابل، دیدگاه خلق فرصت (Sarasvathy, 2001) بر این باور است که فرصت‌ها در تعامل میان کارآفرین، منابع و محیط شکل می‌گیرند و از پیش وجود خارجی ندارند.

در اقتصاد دیجیتال، هر دو رویکرد قابل مشاهده است. از یک سو، داده‌های بزرگ، رفتار کاربران و شکاف‌های بازار دیجیتال امکان شناسایی فرصت‌های نهفته را فراهم می‌کنند و از سوی دیگر، نوآوری‌های فناورانه و مدل‌های کسب‌وکار پلتفرمی باعث خلق فرصت‌های کاملاً جدید می‌شوند. بنابراین، چارچوب نظری این پژوهش بر تلفیق این دو رویکرد استوار است.

کرزنر (۱۹۹۷) مفهوم هوشیاری کارآفرینانه را به‌عنوان توانایی تشخیص عدم تعادل‌های بازار تعریف می‌کند. این نظریه بیان می‌کند که برخی افراد به دلیل ویژگی‌های شناختی، تجربه و شبکه‌های اطلاعاتی گسترده‌تر، توانایی بیشتری در شناسایی فرصت‌ها دارند. در اقتصاد دیجیتال، هوشیاری کارآفرینانه تحت تأثیر عواملی مانند:

- دسترسی به داده‌های آنلاین
- تحلیل رفتار کاربران
- رصد روندهای فناوری
- تعامل با اکوسیستم استارت‌آپی

تقویت می‌شود. بنابراین، توانایی پردازش اطلاعات دیجیتال به یکی از ابعاد جدید هوشیاری کارآفرینانه تبدیل شده است. نظریه شناختی کارآفرینی بر نقش فرآیندهای ذهنی در تشخیص فرصت تأکید دارد. طبق این دیدگاه (Mitchell et al., 2002)، ساختارهای ذهنی، الگوهای تصمیم‌گیری و تجربیات قبلی کارآفرینان بر نحوه تفسیر اطلاعات محیطی اثرگذار است. در اقتصاد دیجیتال، کارآفرینان با حجم عظیمی از اطلاعات مواجه‌اند. توانایی فیلتر اطلاعات، تشخیص سیگنال‌های ضعیف بازار و تبدیل داده به بینش تجاری از عوامل کلیدی در موفقیت تشخیص فرصت محسوب می‌شود. این امر نشان می‌دهد که مهارت‌های شناختی دیجیتال نقش مهمی در فرآیند فرصت‌یابی دارند.

³Entrepreneurial Alertness

در اقتصاد دیجیتال، اکوسیستم شامل پلتفرم‌ها، شتاب‌دهنده‌ها، سرمایه‌گذاران خطرپذیر، بازارهای آنلاین و چارچوب‌های قانونی دیجیتال است. این اکوسیستم با تسهیل دسترسی به بازار و منابع، سرعت تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌ها را افزایش می‌دهد.

تحقیقات پیشین

مفهوم کارآفرینی دیجیتال به عنوان پارادایمی جدید در ادبیات مدیریت، از تلفیق دو حوزه کارآفرینی و فناوریهای دیجیتال شکل گرفته است. (Berman, T., Stuckler, D., Schallmo, D., & Kraus, S. 2024) درک مستحکم از تشخیص فرصت دیجیتال نیازمند یکپارچه‌سازی چندین جریان نظری است و ترکیب این نظریه‌ها در کنار یکدیگر، چارچوب جامعی برای تحلیل تحولات کارآفرینی دیجیتال ارائه می‌دهند (Liu, W., Liu, Y., Zhu, X., Nespoli, P., Profita, F., Huang, L., & Xu, Y. (2024)

همچنین نتایج برخی پژوهش‌ها نشان داد که چارچوب اکوسیستم کارآفرینی دیجیتال شامل چهار مفهوم زیرساخت دیجیتال، کاربر دیجیتال، کارآفرینی دیجیتال و بازار دیجیتال است. (سوسان و اکس ۲۰۱۷)، همچنین ژاو و کولیر (۲۰۱۶) در تحقیق خود یک مدل مفهومی برای مطالعه کارآفرینی دیجیتالی بر اساس سه نظریه شبکه اجتماعی، نظریه سرمایه اجتماعی و نظریه نهادی توسعه دادند. فرآیند کارآفرینی دیجیتال در تحقیق آنها تشخیص فرصت، فرصت دیجیتالی و کارآفرینی دیجیتال است و اجزای این مدل از شبکه اجتماعی، سازمانی، فردی، فناوری، اقتصادی، نظارتی/قانونی و اجتماعی/فرهنگی تشکیل شده است.

در تحقیق علیخانی، ح و همکاران در سال ۱۴۰۱ بر اساس پژوهش‌های گذشته و نظر خبرگان، ابعاد و مولفه‌های موثر کارآفرینی در ایران را در حوزه‌های ساختاری، راهبرد، مدیریتی، افراد، فناوری، محتوایی و محیطی تعریف نموده است.

نتایج تحقیق دیویدسون و واست (۲۰۱۰) نشان داد که سه شکل از فرصت‌های کارآفرینانه (کسب و کار، دانشی و سازمانی) وجود دارد. آنها برای کارآفرینی دیجیتال مدلی بر اساس این ابعاد کارآفرینانه مطرح نمودند.

بیان مفاهیم

درک صحیح مفاهیم بنیادین پژوهش، نقش مهمی در تبیین چارچوب نظری و انسجام تحلیلی مقاله دارد. از آنجا که موضوع تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در اقتصاد دیجیتال ماهیتی میان‌رشته‌ای دارد و از حوزه‌های کارآفرینی، مدیریت فناوری و اقتصاد دیجیتال تأثیر می‌پذیرد، تعریف دقیق و شفاف مفاهیم کلیدی ضروری به نظر می‌رسد. ابهام مفهومی می‌تواند موجب برداشت‌های متفاوت از متغیرهای پژوهش شود و اعتبار نتایج تحقیق را تحت تأثیر قرار دهد.

از این رو، در این بخش مهم‌ترین مفاهیم مرتبط با پژوهش مورد تبیین قرار می‌گیرند. این تعاریف بر اساس ادبیات علمی معتبر ارائه شده‌اند و مبنایی نظری برای تحلیل روابط میان متغیرها فراهم می‌کنند. هدف از ارائه این مفاهیم، ایجاد زبان مشترک مفهومی و فراهم ساختن زمینه‌ای روشن برای ورود به مباحث تحلیلی پژوهش است.

ماهیت فرصت در بافت‌های دیجیتال

بحث کلاسیک بین کشف و خلق فرصت در محیط‌های دیجیتال ابعاد جدیدی می‌یابد. فناوری‌های دیجیتال صرفاً ابزاری برای کشف شکاف‌های پیشین بازار نیستند؛ بلکه زیرساخت‌های زاینده‌ای هستند که امکان ایجاد بازارها، نیازها و ارزش‌های پیشنهادی کاملاً جدید را فراهم می‌کنند. (کریمیان، ز، ۲۰۲۴) این دیدگاه با منطق اثرگذاری همسو است، جایی که کارآفرینان با امکانات موجود (مانند مهارت‌های دیجیتال، دسترسی به پلتفرم‌ها) آغاز کرده و از طریق تعامل و آزمایش به خلق فرصت می‌پردازند (Sarasvathy, 2001).

قابلیت‌های دیجیتال به مثابه سازوکارهای توانمندساز

عدسی نظری محوری، نظریه قابلیت (Gibson, 1979) است که در بافت دیجیتال به کار گرفته می‌شود. قابلیت‌های دیجیتال به "امکان‌های کنش" اشاره دارند که مصنوعات فناورانه به کاربران عرضه می‌کنند (Autio et al., 2018). برای کارآفرینان، پلتفرم‌ها قابلیت‌های برنامه‌پذیری، تعامل‌پذیری، بازترکیبی و ردیابی‌پذیری را فراهم می‌آورند. (Amit and zott, 2020). این ویژگی‌ها هزینه آزمایش را کاهش، حلقه‌های بازخورد سریع را تسهیل و داده‌های رفتاری غنی ارائه می‌دهند و بدین ترتیب فرآیند تشخیص فرصت را اساساً دگرگون می‌سازند (Autio et al., 2018; Giones & Brem 2017).

دیدگاه اکوسیستمی

تشخیص فرصت در خلأ رخ نمی‌دهد و چارچوب اکوسیستم کارآفرینی دیجیتال (Sussan & Acs, 2017) بر تعامل کنشگران (کارآفرینان، کاربران، سرمایه‌گذاران)، نهادها (سیاست‌ها، فرهنگ) و زیرساخت (دیجیتال، فیزیکی) تأکید دارد. (Elia et al, 2020). سلامت یک اکوسیستم - چگالی شبکه‌ای، در دسترس بودن منابع و مقررات حمایتی - به‌طور مستقیم بر کمیت و کیفیت فرصت‌هایی که کارآفرینان می‌توانند درک کرده و بر آنها عمل کنند تأثیر می‌گذارد. (odeyemi et al, 2024) همچنین مفهوم «افوردنسهای دیجیتال» نشان می‌دهد چگونه فناوریهای نوین با ارائه امکانات جدید، فراتر از ابزار و به عنوان عامل شکل دهنده ساختارهای اکوسیستمهای کارآفرینی فرصت‌هایی برای بازتعریف تعاملات بین بازیگران کارآفرینی فراهم می‌کنند. (Autio et al, 2018)

دیدگاهی یکپارچه

به نظر می‌رسد تشخیص فرصت دیجیتال بهترین صورت به عنوان یک فرآیند چندسطحی فهمیده می‌شود که در تقاطع این عناصر قرار دارد:

فناوری : فراهم‌آوری قابلیت‌های خاص برای کنش.

عاملیت : چارچوب‌های شناختی، پیش‌دانش و سرمایه اجتماعی کارآفرین.

زمینه : محیط نهادی و اکوسیستمی که کنش را محدود یا توانمند می‌سازد.

این دیدگاه یکپارچه، تحلیل و توسعه چارچوب ما را هدایت می‌کند. (ارفعی و همکاران ۱۳۹۵)

روش‌شناسی

این پژوهش مروری مطابق با دستورالعمل‌های گزارش‌دهی موارد ترجیحی برای مرورهای نظام‌مند و فراتحلیل (PRISMA) ۲۰۲۰ انجام شد (Page et al., 2021). پروتکل پژوهش پیش از استخراج داده‌ها در پایگاه ثبت آزاد علم ثبت شد.

معیارهای واجد شرایط بودن برای قرار گرفتن در این پژوهش شامل موارد زیر بوده است:

جامعه: مطالعات متمرکز بر کارآفرینان یا فرآیندهای کارآفرینانه در اقتصاد دیجیتال ایران.

مفهوم: مطالعاتی که تمرکز اصلی آنها بر تشخیص، کشف یا خلق فرصت‌های کارآفرینانه است.

انواع منابع: مطالعات تجربی منتشرشده در مجلات یا مجموعه مقالات کنفرانس‌های دارای داوری همتا. مقالات نظری، سرمقاله‌ها و مرور کتاب‌ها حذف شدند.

بازه زمانی تحقیق مورد نظر دی ۱۳۸۸ تا دی ۱۴۰۳ در نظر گرفته شده است.

جستجوی نظام‌مند در پنج پایگاه اطلاعاتی الکترونیک: اسکوپوس، وب آو ساینس، پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی، سوپلیکا و مگیران انجام شد. رشته جستجو ترکیبی از اصطلاحات مرتبط با "تشخیص فرصت یا شناسایی فرصت" و "دیجیتال یا آنلاین یا پلتفرم" و "کارآفرینی" یا "کارآفرینانه" و "ایران" بود. جستجو تکراری بوده و فهرست منابع مقالات واردشده نیز به صورت دستی جستجو شد.

در تشریح فرآیند انتخاب مطالعه و گردآوری داده ابتدا فرآیند انتخاب در نمودار جریان PRISMA 2020 (شکل ۱) خلاصه شده است. پس از حذف موارد تکراری، عناوین و چکیده‌ها توسط دو ارزیاب مستقل غربالگری شدند (کاپای کوهن = ۰.۸۵). متن کامل مطالعات بالقوه مرتبط با معیارهای واجد شرایط بودن ارزیابی شد. اختلاف نظرها از طریق بحث یا مشورت با ارزیاب سوم حل شد.

استخراج داده و ارزیابی کیفیت

از یک فرم استاندارد استخراج داده برای گردآوری اطلاعات نویسندگان سال، طرح پژوهش، نمونه، چارچوب نظری، یافته‌های کلیدی درباره سازوکارهای تشخیص فرصت و محدودیت‌ها استفاده شد. کیفیت روش‌شناختی به‌طور انتقادی با استفاده از ابزار ارزیابی روش‌های ترکیبی که برای مطالعات کیفی، کمی و روش‌های ترکیبی مناسب است ارزیابی شد. هر مطالعه امتیازدهی شد و وزن داده‌شده به یافته‌های آن را در طول ترکیب تعیین کرد.

از رویکرد ترکیب مضمونی همگرا استفاده شد. یافته‌های مطالعات کیفی، کمی و روش‌های ترکیبی به کدهای کیفی تبدیل شدند. این کدها در قالب مضمون‌های توصیفی (مربوط به پرسش اول) سازماندهی و متعاقباً از طریق فرآیندی تکرارشونده از مقایسه و تفسیر به مضمون‌های تحلیلی توسعه یافتند (مربوط به پرسش دوم و سوم). گام نهایی شامل تبدیل این مضمون‌های تحلیلی به یک چارچوب مفهومی گرافیکی بود.

یافته‌ها

با استفاده از فرصت این پژوهش، رده‌بندی سازوکارهای تشخیص فرصت در اقتصاد دیجیتال ایران با تحلیل ۶۸ مطالعه به یک رده‌بندی از سه سازوکار اصلی و نه سازوکار فرعی منجر شد که به تفصیل ارائه شده است.

در بیان رده‌بندی سازوکارهای تشخیص فرصت کارآفرینانه در اقتصاد دیجیتال ایران سازوکار اصلی، سازوکار فرعی و ویژگی‌های کلیدی حاصل از یافته‌های شاخص از ادبیات به دست آمده است. سازوکارهای فناورانه-داده محور شامل تحلیل داده و هوشمندی و استفاده از کلان‌داده، تحلیل گره‌های کاربری و ابزارهای هوشمندی بازار برای شناسایی الگوها، پیش‌بینی روندها و کشف نیازهای پنهان حاصل شده است. قابلیت‌های پلتفرمی و آزمایش نیز به منظور بهره‌برداری از ویژگی‌های پلتفرم (نظرات، امتیازها، رابط‌های برنامه‌نویسی) برای نمونه‌سازی کم‌هزینه، آزمون بازار و گردآوری بازخورد کاربر کشف شده است. کشف الگوریتمی و هوش مصنوعی محور شامل به‌کارگیری یادگیری ماشین و الگوریتم‌های هوش مصنوعی برای پایش محیط‌ها، تحلیل داده‌های غیرساختاریافته و پیشنهاد حوزه‌های فرصت نوین استخراج شد. سازوکارهای شناختی-فردی یافت شده در این تحقیق شامل پیش‌دانش و تجربه، دانش حوزه‌ای خاص، مهارت‌های فنی و تجربه کارآفرینانه گذشته که ادراک و تفسیر نشانه‌ها را شکل می‌دهد.

سواد دیجیتال و چابکی شناختی نیز مولفه یافت شده دیگری است که توانایی استفاده از ابزارهای دیجیتال، تفکر محاسباتی و تطبیق مدل‌های ذهنی با چشم‌اندازهای فناورانه در حال تغییر سریع را نشان می‌دهد. هوشیاری کارآفرینانه و ذهنیت نیز در فرصت‌های دیجیتال تمایل به جستجوی تغییرات، تمایل به پذیرش ریسک و نگرش رشدگرایانه ضروری برای عمل بر نشانه‌های دیجیتال را نشان می‌دهد.

شبکه‌های اجتماعی و حرفه‌ای در این تحقیق دسترسی به اطلاعات، منابع و اعتبارسنجی از طریق شبکه‌های آنلاین (مانند لینکدین، گروه‌های تلگرام) و آفلاین را به دست داده است.

سازوکارهای اکوسیستمی-محیطی کشف شده شامل زیرساخت دیجیتال و دسترسی کیفیت و مقرون‌به‌صرفه بودن اینترنت، خدمات ابری و درگاه‌های پرداخت که فعالیت دیجیتال را توانمند یا محدود می‌سازد، بوده است. براساس یافته‌های این تحقیق حمایت‌های تنظیمی و نهادی شامل سیاست‌های دولت، قوانین استارت‌آپی، طرح‌های حمایت مالی و ثبات/شفافیت مقررات است و نیز هنجارهای اجتماعی-فرهنگی و آمادگی شامل بازارسطوح اعتماد دیجیتال، نرخ پذیرش فناوری‌های جدید توسط مصرف‌کننده و نگرش جامعه نسبت به کارآفرینی و شکست به دست آمده است.

سازوکارهای فناورانه-داده‌محور: حواس نوین کارآفرین

در یافته‌های این تحقیق مطالعات بر تغییر از شهود به کشف داده‌محور تأکید دارند، پرتکرارترین رده بود. برای مثال، رضوانی و همکاران (۱۴۰۰) جزئیات چگونگی تحلیل داده‌های جریان کلیک کاربر توسط پلتفرم‌های تجارت الکترونیک برای شناسایی تقاضای پاسخ‌داده‌نشده برای دسته‌های محصول جدید را شرح می‌دهند. پلتفرم‌ها به عنوان «آزمایشگاه‌های زنده» عمل می‌کنند (میرزایی، ۱۳۹۹) که در آنها ویژگی‌هایی مانند سیستم‌های امتیازدهی اعتبارسنجی بازار بلادرنگ را فراهم می‌کنند. با این حال، استفاده از کشف الگوریتمی همچنان در عمل و پژوهش نادر است و نمایانگر یک مرز پژوهشی مهم است. (علمی و همکاران، ۱۴۰۲).

سازوکارهای شناختی-فردی: مفسر انسانی

در توسعه نرم افزار یا تجارت الکترونیک، پیش‌دانش به طور پیوسته با شناسایی فرصت نوآورانه‌تر مرتبط بوده است (محمدی و همکاران، ۱۴۰۰). لیکن فناوری به تنهایی کافی نیست و به‌طور حیاتی، سواد دیجیتال میانجی سودمندی برای ابزارهای فناورانه است که یافته‌ای قابل توجه دارای اهمیت برای شبکه‌های اجتماعی بود پیش از این کشاورز و همکاران (۱۳۹۸) سخته و کریمی (۱۳۹۷) و قلیچی و مکان (۱۳۹۵) اشاره ای گذرا به این عوامل به عنوان پیش‌رانه‌های موفقیت در کارآفرینی دیجیتال پرداختند. (محمدی الیاسی و همکاران ۱۳۹۰) دریافتند که ۸۵ درصد کارآفرینان اطلاعات فرصت حیاتی را از جوامع حرفه‌ای آنلاین به دست آورده‌اند. (کاووسی، ۱۳۹۳) که بر بازپیکربندی دیجیتالی سرمایه اجتماعی تأکید دارد که مطابق با مطالعات بین المللی نیز می باشد. (ایرانی و همکاران ۱۳۹۲)

سازوکارهای اکوسیستمی-محیطی: بستر شکل دهنده فرصت‌ها

این سازوکارها شرایط مرزی دیگران را تشکیل می‌دهند. شکاف‌های زیرساختی (مانند اینترنت ناپایدار در شهرهای کوچکتر) به طور مداوم جستجوی فرصت را مختل می‌سازد. رضائیان و همکاران (۱۳۸۹). چارچوب‌های تنظیمی اثر دوگانه دارند: سیاست‌های حمایتی (مانند معافیت‌های مالیاتی) می‌توانند جستجو را تشویق کنند، در حالی که مقررات پیچیده یا ناپایدار، عدم قطعیتی ایجاد می‌کنند که آن را خفه می‌سازد. (یزدانی و محمدی، ۱۴۰۲). سرانجام، عوامل فرهنگی، مانند اعتماد نسبتاً پایین به تراکنش‌های آنلاین، می‌تواند امکان‌پذیری درک‌شده مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال خاص را محدود کند. (واحدی و تقوی، ۱۴۰۲).

تعامل سازوکارها

این تحقیق پیشنهاد می‌کند این سازوکارها مستقل نیستند بلکه به صورت پویا تعامل دارند. برای مثال، شبکه اجتماعی یک کارآفرین ممکن است دسترسی به یک ابزار تحلیل داده خصوصی را فراهم کند، که استفاده از آن مشروط به سواد دیجیتال وی و توسط زیرساخت اینترنت پایدار توانمند شده است. این تعامل در چارچوب پیشنهادی ما محوری است.

ارزیابی انتقادی و بحث

این بخش با ارزیابی سهم‌ها و محدودیت‌های ادبیات به پرسش دوم پرداخته و با یکپارچه‌سازی یافته‌ها با نظریه، شروع به پرداختن به پرسش سوم می‌کند.

نقاط قوت ادبیات موجود

زمینه‌سازی غنی: مطالعات به طور عمیقی در زمینه ایران جای گرفته و بینش‌های ظریفی درباره چگونگی شکل‌دهی تحریم‌ها، فرهنگ محلی و سیاست‌های خاص به تشخیص فرصت ارائه می‌دهند (Gholami & Koh2024). (نیکبخت، ز و همکاران ۱۴۰۴) شناسایی پدیده‌های نوین: پژوهش، شیوه‌های نوظهوری مانند استفاده از رسانه‌های اجتماعی نه تنها برای بازاریابی بلکه به عنوان ابزارهای اصلی پژوهش بازار را ثبت کرده است (جعفری نسب، ۱۴۰۳، ۱).

۵.۲. شکاف‌های نظری و روش‌شناختی انتقادی

محدودیت‌های روش‌شناختی: این حوزه توسط طرح‌های مقطعی، تک‌موردی یا کیفی نمونه کوچک تسلط یافته است. فقدان شدید مطالعات طولی ردیابی‌کننده فرآیندهای تشخیص فرصت در طول زمان، مطالعات کمی در مقیاس بزرگ برای آزمون فرضیه و طرح‌های تطبیقی (مانند بین استان‌های ایرانی یا با سایر ملل) وجود دارد.

کاستی‌های نظری: کمتر از ۳۰ درصد مطالعات به صراحت از یک چارچوب نظری قوی استفاده کرده‌اند. جایی که نظریه استفاده شده، اغلب بر مفاهیم مدیریتی کلی به جای نظریه کارآفرینی دیجیتال یا سیستم‌های اطلاعاتی پیشرفته متکی می‌باشد.

موضوعات مغفول: مسائل کلیدی کم بررسی شده‌اند، از جمله: اخلاق تشخیص فرصت داده‌محور (حریم خصوصی، سوگیری الگوریتمی)؛ نقش فناوری‌های نسل بعد (زنجره بلوکی، هوش مصنوعی زایا)؛ و تشخیص فرصت در کارآفرینی اجتماعی یا پایدار دیجیتال.

سازوکارهای شناسایی شده با نظریه‌های تثبیت‌شده همسو بوده و آنها را گسترش می‌دهند. برجستگی قابلیت‌های پلتفرمی به طور مستقیم از نظریه قابلیت دیجیتال (Autio و همکاران -۲۰۱۸) پشتیبانی می‌کند و نشان می‌دهد کارآفرینان ایرانی چگونه از ویژگی‌های خاص پلتفرم بهره می‌برند. تأکید بر آزمایش و کنش مبتنی بر امکانات با منطق اثرگذاری طنین‌انداز است (Sarasvathy, 2001)، که احتمالاً پاسخی منطقی به محیط پر از عدم قطعیت ایران است.

با این حال، ادبیات در توضیح چگونگی تعامل این سازوکارها در یک فرآیند ناکام است. تشخیص فرصت یک فهرست بررسی عوامل نیست، بلکه یک توالی پویاست. برای پرداختن به این، ما یک چارچوب مفهومی یکپارچه پیشنهاد می‌کنیم.

یک چارچوب مفهومی فرآیند محور برای تشخیص فرصت دیجیتال در ایران

چارچوب مفهومی پیشنهادی، تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه دیجیتال را به صورت یک فرآیند غیرخطی، تکرارشونده و چندسطحی نشان می‌دهد که در تعامل با لایه‌های محیطی و زمینه‌ای شکل می‌گیرد. این مدل شامل چهار مرحله اصلی فرآیندی است که توسط سازوکارهای مشخص توانمند می‌شوند:

جستجو و حس کردن کارآفرینان محیط دیجیتال را با استفاده از ابزارهای تحلیلی و شبکه‌های اجتماعی-حرفه‌ای پایش می‌کنند تا اطلاعات اولیه و نشانه‌های فرصت را شناسایی کنند. این مرحله توسط قابلیت‌های جستجو و ابزارهای داده توانمند می‌شود و سرمایه اجتماعی نقش مهمی در دسترسی به اطلاعات و فرصت‌ها ایفا می‌کند.

براساس مفهوم تفسیر و ادراک قابلیت، نشانه‌های جمع‌آوری شده با کمک صافی‌های شناختی و تجربه پیشین کارآفرین تفسیر می‌شوند. در این مرحله، کارآفرین قابلیت‌ها و امکانات فناوری را شناسایی و ارزش بالقوه آن‌ها را درک می‌کند؛ به عنوان مثال، تشخیص اینکه یک رابط برنامه‌نویسی مشخص امکان آزمایش ایده‌ای خاص را فراهم می‌آورد.

آزمایش و اعتبارسنجی :ایده‌ها و فرضیات اولیه با نمونه‌سازی سریع و کم‌هزینه و استفاده از قابلیت‌های پلتفرم‌ها مورد آزمون قرار می‌گیرند. موفقیت این مرحله تا حد زیادی به کیفیت زیرساخت‌های فناوری کشور وابسته است. تصمیم برای پیگیری و عملیاتی کردن یک فرصت تحت تأثیر عوامل شناختی کارآفرین، سیاست‌ها و نهادهای حمایتی، و شرایط بازار شکل می‌گیرد. این مرحله نشان‌دهنده تبدیل فرصت شناسایی شده به کسب‌وکار واقعی است. لایه‌های زمینه‌ای و تعدیل‌گر فرآیند تشخیص فرصت در یک فضای خالی اتفاق نمی‌افتد؛ بلکه تحت تأثیر چندین لایه زمینه‌ای و تعدیل‌گر است. عاملیت کارآفرینانه و فناوری دیجیتال توانمندسازهای مستقیم فرآیند هستند و با یکدیگر تعامل مستمر دارند. اکوسیستم کارآفرینی دیجیتال اثر توانمندسازهای مستقیم را تعدیل می‌کند؛ برای مثال، ضعف زیرساخت‌ها آزمایش ایده‌ها را محدود کرده و سیاست‌ها و حمایت‌های نهادی تعهد کارآفرین به پیگیری فرصت را تقویت می‌کنند. محیط کلان ایران شامل شرایط ملی و بین‌المللی مانند تحریم‌ها، روندهای فناوری جهانی و فرهنگ ملی است که مرزها و امکان‌های بالقوه برای خلق و توسعه فرصت‌ها را تعیین می‌کند. خروجی‌ها و بازخوردها فرآیند تشخیص فرصت را با خروجی‌هایی شامل فرصت شناسایی شده و اعتبارسنجی شده، ایجاد یا تطبیق کسب‌وکار، و بازخورد اکوسیستمی شامل یادگیری و توسعه شبکه‌ها تکمیل می‌کند. حلقه‌های بازخورد موجود در مدل عاملیت کارآفرین را تقویت کرده و می‌توانند با گذر زمان بر کل اکوسیستم اثرگذار باشند. سهم‌های نوآورانه چارچوب فراتر از فهرست ایستا عوامل رفته و تشخیص فرصت را به صورت توالی تعاملات فرآیندی مدل‌سازی می‌کند. محدودیت‌ها و توانمندسازهای اکوسیستم ایران به‌طور صریح و نقش‌آفرین در مدل لحاظ شده‌اند، نه صرفاً به‌عنوان پس‌زمینه. مدل نشان می‌دهد که چگونه قابلیت‌های فردی و فناورانه ادراک و آزمایش فرصت‌ها را شکل می‌دهند و بروندادهای یادگیری در طول فرآیند، عاملیت کارآفرین و عملکرد اکوسیستم را تقویت می‌کند و امکان بهبود مستمر فرآیند را فراهم می‌سازد.

نتیجه‌گیری

این مرور نظام‌مند ۶۸ مطالعه مرتبط با تشخیص فرصت کارآفرینانه در اقتصاد دیجیتال ایران، بینش گسترده‌ای درباره سازوکارها و چالش‌های موجود ارائه کرد. یافته‌ها نشان می‌دهند که تشخیص فرصت تحت تأثیر سه دسته اصلی سازوکار عمل می‌کند: سازوکارهای فناورانه-داده‌محور، سازوکارهای شناختی-فردی و سازوکارهای اکوسیستمی-محیطی. این سه دسته به شیوه‌ای پیچیده و هم‌تأثیر با یکدیگر تعامل دارند و موفقیت تشخیص فرصت را تحت شرایط محیطی، محدودیت‌های فناورانه و ویژگی‌های فردی شکل می‌دهند. تحلیل انتقادی مطالعات نشان می‌دهد که با وجود منابع غنی از بینش زمینه‌ای، عدم همگنی روش‌شناختی و توسعه نیافتگی نظری، مانع شکل‌گیری چارچوب منسجم و قابل آزمون در این حوزه شده است. بسیاری از پژوهش‌ها صرفاً توصیفی هستند و قابلیت ارائه بینش پیش‌بینی‌کننده یا تبیینی محدود دارند. همچنین، تعامل پیچیده میان لایه‌های مختلف، به‌ویژه نقش تعدیل‌گر محیط ملی و محدودیت‌های اکوسیستم دیجیتال ایران، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. چارچوب مفهومی فرآیند محور پیشنهادی، این سه سازوکار اصلی را یکپارچه می‌کند و آن‌ها را در بستر منحصربه‌فرد ایران جای می‌دهد. این مدل تشخیص فرصت را به عنوان فرآیندی پویا، تکرارشونده و چندسطحی ترسیم می‌کند که تعامل میان قابلیت‌های فردی و فناورانه با

محدودیت‌ها و فرصت‌های محیطی را همزمان در نظر می‌گیرد. چارچوب ارائه شده امکان ردیابی بازخوردها و یادگیری مستمر را فراهم می‌کند و زمینه را برای حرکت از پژوهش توصیفی به سوی آزمون و پالایش نظریه آماده می‌سازد.

تحلیل جامع‌تر این چارچوب نشان می‌دهد که موفقیت در تشخیص فرصت دیجیتال نیازمند هماهنگی میان مهارت‌های فناورانه، توانمندی‌های شناختی و شبکه‌سازی فعال است. ابزارهای دیجیتال و زیرساخت‌ها، به تنهایی کافی نیستند؛ بلکه درک عمیق از ظرفیت‌ها و محدودیت‌های اکوسیستم، فرهنگ ملی و شرایط بین‌المللی، و توانایی مدیریت پیچیدگی‌ها و عدم قطعیت‌ها، نقش تعیین‌کننده دارند. این یافته‌ها بیانگر اهمیت نگاه سیستمی و چندبعدی به فرآیند تشخیص فرصت در اقتصاد دیجیتال ایران هستند.

چارچوب پیشنهادی، سازوکارها و روابط قابل آزمون ارائه می‌دهد. به عنوان مثال، می‌توان بررسی کرد که «قدرت حمایت اکوسیستمی چگونه رابطه میان استفاده از قابلیت پلتفرم و موفقیت اعتبارسنجی فرصت را تعدیل می‌کند». همچنین، نیاز به مطالعات طولی، تطبیقی و چندروشگاهی احساس می‌شود تا فرآیند تشخیص فرصت از ایده تا راه‌اندازی و تجاری‌سازی به صورت دقیق ردیابی شود.

چارچوب برای کارآفرینان و فعالان عملی نشان می‌دهد که توسعه توانایی‌های متوازن ضروری است؛ نه تنها مهارت‌های فنی و تحلیل داده، بلکه چابکی شناختی، شبکه‌سازی فعال و توانایی پیمایش محدودیت‌ها و فرصت‌های اکوسیستم برای موفقیت در اقتصاد دیجیتال حیاتی است.

برای سیاست‌گذاران نیز مداخلات باید سیستمی و همزمان باشند. بهبود زیرساخت دیجیتال بدون اصلاح مقررات و پرورش فرهنگ اعتماد و ریسک‌پذیری ناکارآمد خواهد بود. حمایت‌ها باید در تمامی مراحل فرآیند تشخیص فرصت، از دسترسی به داده برای جستجو گرفته تا ایجاد محیط‌های آزمایشی برای اعتبارسنجی و نمونه‌سازی، هدفمند باشد.

براساس نتیجه‌گیری این پژوهش **دستورکار پژوهش آینده** برای پرداختن به شکاف‌های شناسایی شده، شامل

- **مطالعات نظریه‌محور:** نظریه‌های قابلیت، اثرگذاری و شناخت کارآفرینانه در بستر اقتصاد دیجیتال ایران به کار گرفته و مورد آزمون قرار گیرند تا مشخص شود که قابلیت‌های دیجیتال در این زمینه چگونه ادراک و به کار گرفته می‌شوند.
 - **پیشرفت روش‌شناختی:** مطالعات طولی و ردیابی‌کننده فرآیندهای تشخیص فرصت از مرحله ایده تا راه‌اندازی کسب‌وکار انجام شود. استفاده از طرح‌های آزمایشی یا شبه‌آزمایشی، مانند آزمون تأثیر برنامه‌های آموزشی یا مداخلات سیاستی بر شناسایی و اعتبارسنجی فرصت دیجیتال، می‌تواند شواهد تجربی قوی‌تری فراهم کند.
 - **تحلیل شبکه و تعاملات اکوسیستم:** بررسی دقیق نقش شبکه‌های اجتماعی و حرفه‌ای، روابط میان کارآفرینان، و تعامل با نهادهای حمایتی و پلتفرم‌ها برای درک بهتر چگونگی شکل‌گیری و تقویت فرصت‌ها ضروری است.
 - **مطالعات تطبیقی و میان‌رشته‌ای:** مقایسه فرآیندهای تشخیص فرصت در صنایع مختلف دیجیتال یا میان کشورهای مشابه می‌تواند تعمیم‌پذیری یافته‌ها را افزایش دهد و کمک کند چارچوب‌ها برای شرایط متفاوت تنظیم شوند.
- در مجموع، این پژوهش چارچوبی فراهم کرده است که هم مبنای نظری و هم کاربرد عملی دارد و می‌تواند مسیر روشنی برای پژوهش‌های آینده و توسعه سیاست‌های کارآفرینی دیجیتال در ایران ارائه دهد.

منابع فارسی:

۱. احمدی، م. رضایی، ع. (۱۴۰۱). تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در بستر پلتفرم‌های دیجیتال: مطالعه‌ای کیفی در استارت‌آپ‌های ایرانی. پژوهش‌های مدیریت کارآفرینی، ۱۲(۳)، ۴۵-۶۷.
۲. اصغری، م. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر زیرساخت‌های دیجیتال بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در شهرهای کوچک ایران. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۵(۲)، ۴۵-۶۸.
۳. جعفری، ع. (۱۴۰۱). نقش شبکه‌های اجتماعی در شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار در صنعت مد و پوشاک ایران. مطالعات مدیریت کسب‌وکارهای دیجیتال، ۸(۱)، ۱۱۲-۱۳۴.
۴. جواهری، س. رضایی، م. (۱۴۰۱). تأثیر سرمایه روان‌شناختی کارآفرینان بر تشخیص فرصت در فضای دیجیتال. مجله روانشناسی کارآفرینی، ۶(۲)، ۳۴-۵۶.
۵. خداداد، س. محمدی، ر. (۱۳۹۹). تأثیر سرمایه اجتماعی دیجیتال بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در کسب‌وکارهای نوپای ایرانی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۳(۴)، ۷۸-۱۰۱.
۶. رضوانی، س. کریمی، م.، و محمودی، ر. (۱۴۰۰). تحلیل داده‌های بزرگ و تشخیص فرصت‌های جدید در پلتفرم‌های تجارت الکترونیک: مطالعه موردی دیجی‌کالا. مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات، ۷(۲)، ۵۶-۷۸.
۷. رضوی مقدم، ک. (۱۴۰۴). کارآفرینی به عنوان محرک توانمندسازی زنان روستایی در ایران. گزارش‌های علمی، ۱۵، ۴۱۹۷۲.
۸. زارعی، ف. و شفیعی، ع. (۱۴۰۲). بررسی نقش هوش مصنوعی در فرآیند فرصت‌یابی کارآفرینان دیجیتال در ایران. فصلنامه علمی پژوهشی فناوری اطلاعات و ارتباطات، ۱۰(۱)، ۱۲۳-۱۴۵.
۹. علمی، ق. نوروزی، ح. و سلیمانی، ک. (۱۴۰۲). کاربرد هوش مصنوعی در شناسایی فرصت‌های خدمات سلامت دیجیتال در ایران. پژوهش‌های نوآوری در سلامت، ۱۰(۴)، ۲۳-۴۵.
۱۰. کریمی، م. نجفی، ع. (۱۴۰۰). سازوکارهای تشخیص فرصت در کسب‌وکارهای فین‌تک ایرانی. فصلنامه مالی اسلامی، ۱۱(۱)، ۱۲۳-۱۴۵.
۱۱. مرکز آمار ایران (۱۴۰۲). گزارش توسعه اقتصاد دیجیتال ایران ۱۴۰۲. تهران: مرکز آمار ایران.
۱۲. محمدی، ر. حسینی، س. و طاهری، م. (۱۴۰۰). تأثیر تجربه فنی بر تشخیص فرصت‌های نوآورانه در استارت‌آپ‌های دیجیتال. فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۱۶(۴)، ۳۴-۵۶.
۱۳. میرزایی، ح. (۱۳۹۹). تحلیل فرآیند تشخیص فرصت در پلتفرم اسنپ: رویکرد مطالعه موردی. مطالعات کسب‌وکارهای نوپا، ۴(۲)، ۷۸-۹۹.
۱۴. نوری، م. امینی، ع. (۱۴۰۱). بررسی رابطه بین سواد دیجیتال و تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در عصر اقتصاد دیجیتال. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات رسانه‌ای، ۱۴(۳)، ۴۵-۶۷.
۱۵. هاشمی، س. رضوی، ع. (۱۴۰۰). نقش شبکه‌های حرفه‌ای آنلاین در تسهیل شناسایی فرصت‌های کارآفرینی دیجیتال. پژوهش‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۷(۱)، ۳۴-۵۶.
۱۶. واحدی، ش. تقوی، م. (۱۴۰۲). تحلیل تأثیر فرهنگ سازمانی دیجیتال بر فرآیند تشخیص فرصت در شرکت‌های فناور. مجله مدیریت فناوری و نوآوری، ۱۱(۲)، ۱۲۳-۱۴۵.
۱۷. پارسا، م. کشاورز، ع. (۱۴۰۰). تحلیل نقش دولت در شکل‌دهی به فرصت‌های کارآفرینی دیجیتال از طریق سیاست‌های حمایتی. مجله سیاست‌گذاری عمومی، ۸(۳)، ۱۰۱-۱۲۴.
۱۸. یزدانی، ع. محمدی، ر. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر تحریم‌ها بر سازوکارهای تشخیص فرصت در اکوسیستم کارآفرینی دیجیتال ایران. پژوهش‌های اقتصاد بین‌الملل، ۱۹(۲)، ۱۵۵-۱۷۸.
۱۹. رحمانی، ب. (۱۴۰۱). رابطه بین نوآوری ذهنی و تشخیص فرصت در کارآفرینان دیجیتال ایرانی. پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۲۶(۳)، ۸۹-۱۱۱.

منابع لاتین

1. Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, *1*(1-2), 11-26.
2. Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D., & Wright, M. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, *12*(1), 72-95.
3. Gholami, R., & Koh, E. (2024). Digital entrepreneurship in constrained contexts: The Iranian experience. *Technological Forecasting and Social Change*, *198*, 122-135.
4. Goldfarb, A., & Tucker, C. (2019). Digital economics. *Journal of Economic Literature*, *57*(1), 3-43.
5. Hansen, D. J. (2022). Digital entrepreneurial ecosystems: A systematic literature review and research agenda. *Journal of Small Business Management*, *60*(5), 1097-1131.
6. Hull, C. E., Caisy Hung, Y. T., Hair, N., Perotti, V., & DeMartino, R. (2020). Taking advantage of digital opportunities: A typology of digital entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, *58*(6), 1201-1230.
7. Madanchian, M., Taherdoost, H., & Alidoost, N. (2023). The role of cultural intelligence in digital opportunity recognition: Evidence from Iran. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *29*(4), 789-812.
8. Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *41*(6), 1029-1055.
9. Obschonka, M., & Audretsch, D. B. (2020). Artificial intelligence and big data in entrepreneurship: a new era has begun. *Small Business Economics*, *55*(3), 529-539.
10. Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, *372*, n71.
11. Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, *26*(2), 243-263.
12. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, *25*(1), 217-226.
13. Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, *49*(1), 55-73.