

# ارائه الگوی پیاده سازی کسب و کارهای هوشمند نوظهور در ایران با رویکرد مهارت آموزی

دانیال ناظری<sup>۱</sup>

علیرضا مقدسی\*<sup>۲</sup>

مجید نصیری<sup>۳</sup>

## چکیده

گسترش و نهادینه کردن فرهنگ کسب و کار بر پایه استعداد، ذوق، دانش، مهارت، فناوری، تخصص، توانایی و کارآفرینی با تقویت باورهای اعتقادی و اخلاق حرفه ای و توسعه کمی و کیفی آموزش های مهارت و فناوری مبتنی بر پژوهش های کاربردی و آمایش سرزمین موجبات توسعه اقتصادی را فراهم می آورد. هدف از این مطالعه طراحی الگوی پیاده سازی کسب و کارهای هوشمند نوظهور در ایران با رویکرد مهارت آموزی می باشد. جامعه آماری در بخش کیفی شامل ۶ نفر از مدیران استارت آپ، شرکت های دانش بنیان و صاحبان کسب و کار و ۴ نفر از اساتید دانشگاهی در رشته های کارآفرینی و مدیریت می باشد که به روش نمونه گیری غیر تصادفی از نوع گلوله برفی انتخاب شدند. روش تحقیق در این پژوهش از نوع کیفی اکتشافی می باشد که از نظریه داده بنیاد انجام شد. در این پژوهش از روش های مطالعه کتابخانه ای و روش های میدانی نظیر مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شده است. بر پایه یافته های تحقیق الگوی پارادایمی تدوین گردید که شامل شرایط علی (حمایت و پشتیبانی، همسویی کسب و کار و فناوری، شفاف سازی اطلاعات و بهبود کیفیت داده ها)، شرایط مداخله ای فرایندهای کسب و کار نوظهوری، شرایط زمینه ای (زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری)، راهبردها (استانداردهای یکپارچگی فرایندها، توانمند سازی مدیران و ذینفعان پروژه با تکنولوژی اطلاعات) و پیامدها (رشد و توسعه اقتصادی و کسب مزین رقابتی) می باشد.

کلمات کلیدی: کسب و کار، هوشمند نوظهور، کسب و کار هوشمند، مهارت آموزی

<sup>۱</sup> گروه کارآفرینی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

<sup>۲</sup> گروه مدیریت، دانشگاه بین المللی امام رضاع، مشهد، ایران. نویسنده مسئول \* [alirezamoghaddasi@yahoo.com](mailto:alirezamoghaddasi@yahoo.com)

<sup>۳</sup> گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

ارتقاء توان کارآفرینی و ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار با تاکید بر استفاده از توسعه فناوری و اقتصاد دانش بنیان از جمله اهم موارد مرتبط در سیاست‌های کلی اشتغال است. همچنین در نقشه جامع علمی کشور مصادیقی همچون همسوس کردن سیاست‌های توسعه صنعتی و اقتصادی کشور، به ویژه برنامه‌های پنج‌ساله توسعه، با سیاست‌های کلان توسعه علم و فناوری در کشور و سازماندهی نظام‌های حرفه‌ای مبتنی بر دانش علمی و فنی برای اداره واحدهای اقتصادی واجتماعی، نهادینه کردن فرهنگ مهارت‌گرایی، پژوهش محوری و کارآفرینی در نظام علم، فناوری و نوآوری بسیار حائز اهمیت است.

ضرورت تامین شرایط توسعه کارآفرینی، توانمندسازی نیروی کار و ایجاد ارزش افزوده، تولید ثروت و اشتغال مولد از جمله اهم مواردی است که از سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی بهره‌بردار می‌شود. از سوی دیگر ضرورت تنظیم رابطه متقابل تحصیل با اشتغال و متناسب سازی سطوح و رشته‌های تحصیلی با نقشه جامع علمی کشور و نیازهای تولید و اشتغال مطرح در سیاست‌های کلی علم و فناوری است.

توانمندسازی و ارتقای بهره‌وری نیروی کار با افزایش انگیزه، مهارت و خلاقیت و ایجاد تناسب بین مراکز آموزشی و پژوهشی با نیازهای بازار کار نکته قابل توجه در سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی برای دانشگاه بوده است. این مهم در سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه با عناوینی چون بهبود مستمر فضای کسب و کار و تقویت ساختار رقابتی در بازارها، رشد اقتصادی شتابان و پایدار و اشتغال‌زا و افزایش سهم آموزش‌های مهارتی در نظام آموزشی کشور مورد تاکید مقام معظم رهبری قرار گرفته است.

تربیت و افزایش کارایی و اثر بخشی نیروی انسانی مورد نیاز در بخش‌های مختلف صنعت، کشاورزی، خدمات و فرهنگ و هنر بر اساس استانداردهای شغلی، فرهنگ ارزشی- بومی نیاز بازار کار داخلی و تقاضای بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی متناسب با نظام اشتغال کشور بسیار مهم تلقی می‌شود.

طراحی و تدوین نمونه‌ها و روش‌های انعطاف‌پذیر در آموزش‌های مهارتی و فناورانه و نیازسنجی مستمر آموزشی مبتنی بر آمایش سرزمین و برنامه‌ریزی، سازماندهی و هدایت آموزش‌های مهارتی و فناورانه بر اساس تحولات فناوری و معرفی و هدایت فارغ‌التحصیلان آموزش مهارتی و فناورانه به بازار کار بر اساس ظرفیت‌ها و فرصت‌های شغلی بخش دولتی و غیردولتی و توانمندی‌های فارغ‌التحصیلان از دیگر موضوعات مطرح در این بخش است.

شرکت‌ها در یک محیط تجاری پویا با رقابت شدید، آشفتنگی بازار و نوآوری‌های تکنولوژیکی مواجه می‌شوند که همواره در حال تغییر هستند. غلبه بر این چالش مستلزم آن است که شرکت‌ها با یکپارچه سازی و بهره‌برداري از فناوری اطلاعات خود را برای چابکی در بازار تغییر دهند. میرینگ (۲۰۱۴) این دگرگونی کسب و کار را تحول کسب و کار با کمک فناوری اطلاعات نامگذاری می‌کند و آن را به عنوان تغییرات متوالی تعریف می‌کند که در آن سازمان‌ها عملیات خود را بهبود می‌بخشند؛ به صورت داخلی از طریق عملکردهای فناوری اطلاعات یکپارچه می‌شوند و سپس فرآیند کسب و کار را دوباره طراحی می‌کنند تا قابلیت فناوری اطلاعات را به مزیت رقابتی و عملکرد مالی تبدیل کنند. در مورد فرا رسیدن عصر دیجیتالی

شدن، فناوری های دیجیتال مانند رسانه های اجتماعی و اینترنت اشیا، تجزیه و تحلیل و هوش مصنوعی به شدت در مشاغل معاصر مورد استفاده قرار گرفته اند. برای انعکاس این روند، ویال (۲۰۱۹) تعریف جدیدی از تحول کسب و کار مبتنی بر فناوری اطلاعات را ارائه می دهد. او آن را به عنوان تحول دیجیتال تعریف می کند که "هدف آن بهبود یک نهاد با ایجاد تغییرات قابل توجه در ویژگی های آن از طریق ترکیبی از اطلاعات، محاسبات، ارتباطات و فناوری های اتصال است" (هونالی و همکاران، ۲۰۱۹).

تولید جهانی دستخوش تغییرات عمده ای است و صنایع باید به فشار رقابتی فزاینده ناشی از سفارشی سازی و شخصی سازی واکنش نشان دهند (برتل، ۲۰۱۶). انعطاف پذیری لازم برای تحمل این تغییرات از طریق فناوری های اتوماسیون و دیجیتالی سازی مبتنی بر استفاده از سیستم ها و فناوری داده های هوشمند حاصل می شود. این منجر به افزایش توجه به پتانسیل پذیرش فناوری و دیجیتالی شدن در سراسر صنایع برای دستیابی به مزیت رقابتی میشود (بلیچفلد و فولانت، ۲۰۲۱).

تجارت الکترونیک به عنوان یکی از مظاهر واقعی کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات مطرح است. مزایای فراوان استفاده از تجارت الکترونیک به قدری مورد توجه همه ذینفعان قرار گرفته که برخی از شرکت ها استراتژی رقابتی خود را استراتژی تجارت الکترونیک انتخاب کرده اند. انتخاب تجارت الکترونیک منجر به مزیت های متنوع و متعدد می شود که شامل کاهش هزینه، بهبود کیفیت محصول و ایجاد شیوه های دید فروش محصولات می شود. شرکت ها و سازمان ها می توانند استراتژی های متناسب با مشخصات خاص خود را توسعه دهند. این استراتژی ها بازده و صرفه جویی در هزینه های که به نفع جامعه و محیط زیست است را نشان می دهند؛ اما چگونگی توسعه یک استراتژی خوب و مناسب برای سازمان با توجه به ویژگی های درون و بیرون سازمان نیازمند کاربرد بهترین شیوه در استراتژی پایداری است. یکی از ویژگی های مهم تجارت الکترونیک، روان سازی روش های فعالیت و در نتیجه کاهش هزینه عملیات بازرگانی است. بررسی ها نشان می دهد که استفاده از تجارت الکترونیک، ۷ تا ۱۲ درصد صرفه جویی در هزینه های فعالیت های مختلف ایجاد می کند. تجارت الکترونیک به دلیل سرعت، کارایی، کاهش هزینه ها و بهره برداری از فرصت های زودگذر عرصه جدیدی را در رقابت گشوده است تا آنجا که گفته می شود عقب افتادن از سیر تحول نتیجه ای جز منزوی شدن در عرصه اقتصاد جهانی نخواهد داشت (انصاری و همکاران، ۱۳۹۵).

تولید جهانی دستخوش تغییرات عمده ای است و صنایع باید به فشار رقابتی فزاینده ناشی از سفارشی سازی و شخصی سازی واکنش نشان دهند (برتل، ۲۰۱۶). انعطاف پذیری لازم برای تحمل این تغییرات از طریق فناوری های اتوماسیون و دیجیتالی سازی مبتنی بر استفاده از سیستم ها و فناوری داده های هوشمند حاصل می شود (اسپات، ۲۰۱۳). این منجر به افزایش توجه به پتانسیل پذیرش فناوری و دیجیتالی شدن در سراسر صنایع می شود (لاسی و همکاران، ۲۰۱۴) برای دستیابی به مزیت رقابتی. در حالی که پذیرش فناوری می تواند توانایی های تولید و فرآیند شرکت را افزایش دهد (کولوتلا و همکاران، ۲۰۱۶؛ گاگیلاردی، ۲۰۱۳)، ممکن است برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار نسبت به شرکت های رقیب کافی نباشد. توانایی معرفی محصولات جدید به بازار برای کسب مزیت رقابتی اهمیت اساسی دارد.

سال یازدهم، شمارهٔ چهل و دو، زمستان ۱۴۰۱، فصلنامه علمی مهارت‌آموزی  
این مقاله در پنج بخش اصلی سازمان‌دهی شده است که شامل مقدمه، ادبیات تحقیق (شامل مبانی نظری و  
پیشینه)، روش‌شناسی و ساختار الگوی پژوهش، تجزیه و تحلیل داده‌ها و بخش پایانی پژوهش دربرگیرنده  
نتیجه‌گیری و پیشنهادها است.

## اهداف تحقیق

### هدف اصلی

هدف اصلی این پژوهش طراحی مدل پیاده‌سازی کسب و کارهای هوشمند نوظهور با رویکرد  
مهارت‌آموزی در ایران می‌باشد.

### اهداف فرعی

اهداف پژوهشی متناسب با روش نظریه داده‌بنیاد تنظیم شده و به شرح زیر خواهند بود:

- ✓ شناسایی شرایط علی مؤثر بر پیاده‌سازی کسب و کارهای هوشمند نوظهور با رویکرد مهارت‌آموزی  
در ایران
- ✓ شناسایی شرایط زمینه‌ای مؤثر بر پیاده‌سازی کسب و کارهای هوشمند نوظهور با رویکرد مهارت  
آموزی در ایران
- ✓ شناسایی شرایط مداخله‌گر مؤثر بر پیاده‌سازی کسب و کارهای هوشمند نوظهور با رویکرد مهارت  
آموزی در ایران
- ✓ شناسایی مقوله محوری پیاده‌سازی کسب و کارهای هوشمند نوظهور با رویکرد مهارت‌آموزی در  
ایران
- ✓ شناسایی راهبرد‌های پیاده‌سازی کسب و کارهای هوشمند نوظهور با رویکرد مهارت‌آموزی در  
ایران
- ✓ شناسایی پیامد‌ها و نتایج پیاده‌سازی کسب و کارهای هوشمند نوظهور با رویکرد مهارت‌آموزی در  
ایران

## ادبیات تحقیق

در بخش ادبیات تحقیق ابتدا به مبانی نظری و سپس به بررسی پیشینه مطالعات داخلی و خارجی  
پرداخته شده است.

### مبانی نظری

بازار به سرعت در حال تغییر، فناوری بی‌وقفه در حال تکثیر، عمر رو به کاهش فناوری و چرخه  
پرشتاب نوآوری، محیطی بسیار پرفشار و آشفته برای شرکت‌ها ایجاد نموده است. بقا در چنین

محیطی تنها با تکیه بر نوآوری در حوزه‌های محصول و فرآیند، ناکافی است و مستلزم نوآوری در زمینه‌های مختلف کسب‌وکار است. از همین رو، تلاش بسیاری از شرکت‌های بزرگ، تبدیل نوآوری فناوری به نوآوری مدل کسب‌وکار است؛ اقدامی که موجب شده سرعت کسب‌مزیت رقابتی برای ایشان دوچندان شود. این اقدام مبتنی بر این فروض است که نوآوری مدل کسب‌وکار عاملی کلیدی در به‌کارگیری کارآمد و مؤثر نوآوری فناوری است و درجه نوآوری مدل کسب‌وکار بر بقای شرکت‌های جدید تأثیر مستقیم دارد (گوو و همکاران، ۲۰۲۰). بر این اساس، نوآوری مدل کسب‌وکار اولویت اصلی مدیران از جنبه ایجاد مزیت رقابتی و دستیابی به عملکرد برتر است (کیم، ۲۰۲۰). مطالعات نشان می‌دهد شرکت‌هایی که تأکید بیش‌تری بر نوآوری مدل کسب‌وکار دارند، سود نهایی عملیاتی‌شان سریع‌تر از رقبای رشد داشته است. نوآوری مدل کسب‌وکار اهمیت ویژه‌ای برای شرکت‌های نوظهور دارد؛ زیرا بر موقعیت رقابتی‌شان و در نتیجه، شانس بقایشان تأثیر می‌گذارد (کریستین سن و همکاران، ۲۰۲۰). عوامل اصلی در افزایش اهمیت نوآوری در مدل کسب‌وکار عبارتند از فرآیندهای جهانی‌سازی، چرخه‌های کوتاه تولید (که مبتنی بر راه‌حل‌های نوآورانه هستند)، تغییرات شدید فناوری و افزایش نقش اطلاعات، منابع نامشهود و سرمایه‌های فکری در دستیابی به اهداف تعیین‌شده در شرکت‌ها. این عوامل تلاش‌ها برای بهبود قابلیت رقابت در بسیاری از بخش‌های شرکت را برانگیخته و بر راهبرد و سازمان‌دهی راه‌حل‌های کسب‌وکار تأثیر قابل‌توجهی گذاشته است. شرکت‌ها به منظور حفظ ارزش ایجاد شده در سطح قبلی و یا تلاش برای افزایش سطح ایجاد ارزش تصمیم به پیاده‌سازی نوآوری در مدل کسب‌وکار خود می‌گیرند (گرابوسکا، ۲۰۱۵)؛ بنابراین، مسئله اساسی در مدیریت معاصر، ایجاد و معماری مدل کسب‌وکاری است که منجر به ایجاد ارزش شود، دستیابی به ثبات در محیط آشفته را ممکن سازد و به موفقیت در بازار کمک کند. لذا مدل کسب‌وکار جامع، پویا و نوآورانه در حال تبدیل شدن به عامل مهم خلق ارزش برای بنگاه‌های اقتصادی است.

گرابوسکا (۲۰۱۵) معتقد است تغییرات در مدل کسب‌وکار می‌تواند به عنوان پدیده‌ای طبیعی در نظر گرفته شود که سازمان خواهان موفقیت در بازار، بر آن تمرکز می‌کند. مدل مورد استفاده در راه‌حل‌های کسب‌وکار باید برای شرایط اقتصادی متغیر تنظیم شود. از این رو شرکت‌هایی که خواهان حفظ یا بهبود موقعیت رقابتی خود در بازار هستند، باید به طور مداوم در حوزه‌های مختلف فعالیت‌های کسب‌وکار خود نوآورانه عمل کنند. هونالی و همکاران (۲۰۱۹) اشاره می‌کند که انواع مختلف مفاهیم نوآوری، بازتاب‌دهنده تقاضای متفاوت بازار است؛ بنابراین ایجاد مزیت رقابتی می‌تواند از طریق اجرای راه‌حل‌های جدید در حوزه محصولات، فناوری و سازمان‌دهی شرکت به دست آید. نوآوری همچنین باید با منطق عملیاتی و سازمان‌دهی مدیریت شرکت مرتبط باشد. به بیان دیگر نوآوری به محصول و فرآیندها محدود نشده و باید مدل کسب‌وکار شرکت را نیز

سال یازدهم، شمارهٔ چهل و دو، زمستان ۱۴۰۱، فصلنامه علمی مهارت‌آموزی شامل شود. در نتیجه، به منظور رقابت در بازار، لازم است مؤلفه‌های خاص مدل کسب‌وکار و یا روابط بین آن‌ها در شرکت‌ها اجرا شود. برتل (۲۰۱۶) معتقد است خاستگاه تغییر مدل کسب‌وکار، تغییر محیط است. این تغییر نشان‌دهنده پاسخ مناسب به تغییر شرایط عملیات واحد است و می‌تواند به عنوان بهبود راهبردی در نظر گرفته شود. ویال (۲۰۱۴) بیان می‌کند مدل کسب‌وکار در حال نوآرانه شدن است، چراکه تغییر دو یا چند عنصر آن باعث می‌شود با استفاده از روشی جدید، ارزش ایجاد شود (ولیان، ۱۳۹۶).

شرکت‌های دانش بنیان جهت تبدیل ایده‌ها و نوآوری‌ها به محصول، تجاری سازی تحقیقات، هم‌افزایی علم و ثروت و توانمند سازی و هدایت دانش‌آموختگان جهت ورود به فضای کسب‌وکار ایجاد می‌شوند. این کسب‌وکارها از نظر ایجاد مشاغل پایدار مبتنی بر فناوری و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید، نقش مهمی در موفقیت اقتصادی کشور دارند؛ از این رو شناسایی و بررسی عوامل موثر بر رشد و توسعه کارآفرینی در چنین سازمان‌هایی می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها برای ارتقا فعالیت‌های کارآفرینانه مفید باشد. متأسفانه آنچه مشهود است، در ایجاد و تاسیس کسب و کارهای نوظهور و هوشمند، عوامل مهم و پایه‌ای اثرگذار بر موفقیت آنها به خوبی شناسایی نمی‌شود و بنابراین خود این کاستی، عاملی در شکست این شرکت‌ها می‌باشد. با توجه به این امر، سوال اساسی تحقیق این است که الگوی پیاده سازی کسب و کارهای هوشمند نوظهور با رویکرد مهارت آموزی در ایران چگونه است؟

### پیشینه پژوهش

گواو همکاران (۲۰۲۰) در تحقیقی به بررسی رابطه بین جهت‌گیری استراتژیک، نوآوری و عملکرد شرکت پرداختند. این تحقیق به صورت یک مطالعه موردی در بین ۱۵۳ شرکت نوظهور (استارت‌آپ) دیجیتال در کشور چین انجام شده است. تحلیل داده‌های بدست آمده از پرسشنامه با استفاده از مدلیابی معادلات ساختاری نشان داد که رابطه مثبت و معنی‌داری با نوآوری و عملکرد شرکت دارد؛ همچنین بین نوآوری و عملکرد شرکت نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. پاسپیتا و همکاران (۲۰۲۰) مطالعه‌ای با عنوان رابطه بین جهت‌گیری استراتژیک، نوآوری، مزیت رقابتی و عملکرد شرکت پرداختند. بدین منظور یک مطالعه پیمایشی در بین ۱۵۶ شرکت کوچک

و متوسط (SME) در کشور اندونزی انجام شده است. تحلیل داده‌های بدست آمده از این تحقیق نشان داد که جهت‌گیری استراتژیک تاثیر مثبت و معنی‌داری بر نوآوری و کسب مزیت رقابتی دارد؛ نوآوری تاثیر مثبت و معناداری بر مزیت رقابتی و عملکرد شرکت دارد؛ جهت‌گیری استراتژیک با واسطه نوآوری تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت دارد.

کریستین سن و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی تحت عنوان "بررسی فعالیت های حمایتی سلامت در معنی بخشی سازمانی" به بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد معنی بخشی با تأکید بر فعالیت های بهداشت ایمنی شغلی می پردازد. فعالیت های سازمانی همواره با خطرات و حوادث مختلفی روبرو می باشند که در این میان توجه به ایمنی و بهداشت محیط کار می تواند بسیار اثربخش بوده و نرخ تلفات منابع انسانی را کاهش دهد. لذا در این پژوهش هدف بررسی تأثیر خدمات بهداشت و ایمنی محیط کار بر معنی بخشی سازمانی می باشد. با توجه به بررسی های صورت گرفته و داده های جمع آوری شده تأثیر متغیر مستقل تحقیق بر معنی بخشی مثبت بوده و مشخص گردید سازمانهایی که در حوزه ایمنی و بهداشت شامل ایمنی محیط کار از جمله شرایط فیزیکی، استفاده از ابزار و تکنولوژی ایمن و ایمنی صوتی و همچنین در حوزه بهداشت شامل خدمات بهداشتی همانند بیمه و خدمات گسترده آن و همچنین اقدامات مرتبط با سلامت کارکنان موفق بوده اند کارکنان آرامش بهتری داشته و این باعث ایجاد معانی مثبت در بین پرسنل سازمانی گردیده است. خلاصه این پژوهش در نشریه مدیریت اسکاندیناوری به چاپ رسیده است.

رودریگو و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیقی به نقش میانجی پیچیدگی سازمانی بین برنامه ریزی منابع سازمانی و نوآوری مدل کسب و کار پرداختند. یافته های ما نشان می دهد که پیچیدگی سازمانی میان برنامه ریزی منابع سازمانی و نوآوری مدل کسب و کار واسطه است. پیامدهای مهمی برای محققان و مدیران فراهم شده است تا بهینه سازی پیاده سازی برنامه ریزی منابع سازمانی را به دست آورند تا سطح بالاتری بدست آورند هزینه ها و درآمد حاصل از نوآوری مدل کسب و کار را بازگردانید.

کیم و همکاران (۲۰۱۹) در تحقیقی به بررسی عوامل موفقیت بحرانی در طراحی یک کسب و کار نوظهور پرداختند. نتایج حاکی از آن بود که تجاری سازی ایده مهمترین عامل موفقیت به عنوان معیار نوآوری در بین چهار معیار موفقیت در استارت آپ های طراحی است. از این رو، شرایط کارآفرینی مانند هدف گیری هدف و شایستگی کارآفرینان از مهمترین عوامل موفقیت در شروع طراحی می باشد.

میلانسی (۲۰۱۷)، در تحقیقی با عنوان مدل کسب و کار در صنعت مد و لباس پرداخت. در این تحقیق به منظور دستیابی به کلیه عوامل از قبیل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، روانشناختی و در بعد بازارهای بین‌المللی به منشاء بازارهای خارجی و میزان گرایش به کالاهای لوکس توجه نمودند. در نهایت مدلی فراگیر به منظور آغاز حرکت و توسعه به سمت بازارهای بین‌المللی برای کسب و کارهای مدل و لباس ارائه گردید. اسپیت و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیقی به بررسی ارتباط بین نوآوری در مدل کسب و کار (و) و استراتژی شرکت پرداختندبا تکیه بر این مرور مفهومی، متعاقباً نشان داده شده است که چگونه مقالات این شماره ویژه در پرتو نظریه استراتژی به درک پدیده نوآوری مدل کسب و کار کمک می‌کنند سرانجام چندین موضوع را برای تحقیقات آینده در مورد این موضوع ایجاد شدند.

خالقی و همکاران (۱۴۰۰) مطالعه‌ای با عنوان شناسایی و رتبه‌بندی چالش‌های همراستایی کسب و کار و فناوری اطلاعات: راهکاری برای همسویی استراتژیک انجام دادند. جامعه آماری شامل ۱۰ نفر از مدیران و کارشناسان شرکت فولاد جنوب در خصوص برنامه‌ریزی استراتژیک و فناوری‌های اطلاعاتی بودند. جهت گردآوری داده‌ها از پرسشنامه مقایسات زوجی استفاده شد، که شامل ۶ چالش همراستایی کسب و کار با فناوری اطلاعات بودند. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی استفاده شد. نتایج نشان داد که عدم ایجاد امکانات برای به انجام رساندن فعالیت‌ها با وزن نسبی (۰,۳۰۸)، عدم حمایت و مشارکت هیأت مدیره با وزن نسبی (۰,۲۵۴)، عدم وجود واحدی مجزا برای برنامه‌ریزی سازمانی گسترده با وزن نسبی (۰,۱۶۳)، عدم وجود مهارت‌ها و تخصص‌های مناسب فناوری اطلاعات و استراتژی با وزن نسبی (۰,۱۳۴)، عدم توجه به ارزیابی میزان آمادگی سازمان با وزن نسبی (۰,۰۸۱) و عدم استفاده از فناوری اطلاعات برای کسب مزیت رقابتی استراتژیک با وزن نسبی (۰,۰۵۳) در رتبه‌های اول تا ششم قرار گرفتند.

دهقانپوری و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی را با عنوان طراحی مدل بلوغ مدیریت دانش مبتنی بر استراتژی‌های کسب و کار در ورزش ایران، انجام دادند. رویکرد پژوهش کارکردگرایی است، براساس هدف، کاربردی و از نوع تحقیق و توسعه، و به لحاظ ماهیت، توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری، کلیه نخبگان مدیریت ورزشی دانشگاه‌ها و متخصصین ادارات کل ورزش و جوانان کشور بود. روش نمونه‌گیری، احتمالی محدود از نوع خوشه‌ای چند مرحله‌ای بود. پرسشنامه شاخص‌های مربوط به کدهای مدل بلوغ جامی‌پور و همکاران (۱۳۹۳) و پرسشنامه مدل بلوغ مدیریت دانش همراستا با استراتژی‌های کسب‌وکار جامی‌پور و همکاران (۱۳۹۳) به‌کار گرفته شد. نتایج نشان داد، درصد بلوغ مدیریت دانش همراستا با استراتژی‌های کسب‌وکار ۶۹/۱۳ درصد



می‌باشد. بعد راهبردی، سازمانی-انسانی و فنی- محتوایی در کسب و کار تأثیر معنی‌داری دارد. از این‌رو، برای هدفمند کردن استفاده از دانش، سازمان‌دهی مراحل و سطوح توسعه آن، شناخت وضعیت موجود در حوزه مدیریت دانش و تعیین عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری، به منظور به‌کارگیری و بهبود مدیریت دانش همراستا با کسب‌وکار الزامی است.

اسدالله و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی به الگوی کسب‌وکار بانکداری الکترونیک مبتنی بر ظهور فینتک‌ها و استارت‌آپ‌های مالی پرداختند. نتایج نشان داد که از نظر خبرگان در حوزه پیشنهادهای مدل کسب و کار بانکداری الکترونیک به ترتیب شاخصهای ساختار مؤسسات مالی، بخش‌بندی مشتریان، توسعه دهندگان فناوریهای مالی و محیط کسب‌وکار دارای بیشترین اهمیت می‌باشند. در خصوص ابعاد مدل کسب‌وکار نیز به ترتیب خدمات پیشنهادی ارائه شده دارای بیشترین اهمیت و پس از آن سازه ارتباطی مشتریان، مدیریت زیرساخت و جنبه مالی در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در حوزه پیامدهای طراحی مدل کسب‌وکار بانکداری الکترونیک نیز به ترتیب شاخصهای بهبود فضای کسب‌وکار، بهبود عملکرد سازمانی و رواج بانکداری مجازی دارای بیشترین اهمیت است.

امیدی قنبری و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی را با عنوان ارزیابی ارتباط بین همراستایی راهبردهای فناوری اطلاعات و کسب و کار با عملکرد سازمانی در اداره تربیت بدنی و هیئت‌های ورزشی استان لرستان، انجام دادند. در این مقاله به بررسی همراستایی استراتژیک فن آوری اطلاعات و کسب و کار با عملکرد سازمانی با استفاده از مدل‌های اقتضایی و دیدگاه سیستمی پرداخته شد و نیز نتایج عملکردی حاصل از همراستایی فن آوری اطلاعات و کسب و کار شناسایی شد. به کارگیری مدل لوفتمن برای سنجش سطح همراستایی راهبردهای کسب و کار و فناوری اطلاعات ادارات و هیات‌های ورزشی لرستان بیانگر این واقعیت است که سطح همراستایی در این سازمانها در مرحله تمرکز کامل یعنی مرحله سوم مدل لوفتمن می‌باشد.

رضایی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی به بررسی عوامل مؤثر بر پیاده سازی هوشمندی کسب و کار در صنعت بانکداری ایران پرداختند. این تحقیق از نظر هدف، یک پژوهش کاربردی و به لحاظ استراتژی اجرا، یک پژوهش پیمایشی محسوب می‌شود؛ همچنین بر اساس طرح پژوهش و نحوه گردآوری داده‌ها، پژوهش حاضر از نوع توصیفی است که برای گردآوری اطلاعات روش‌های مطالعه اسنادی و میدانی بکار گرفته شده است. جامعه آماری این پژوهش، شامل متخصصان و خبرگان حوزه فناوری اطلاعات و فعال در پیاده سازی راهکارهای هوشمندی کسب و کار در صنعت بانکداری ایران است. بر اساس نتایج تحقیق، ابعاد مدل پیاده سازی اثربخش هوشمندی کسب و کار در صنعت بانکداری ایران شامل 10 بعد: سازمانی، انسانی، کیفیت داد، محیطی، قابلیت سیستم، راهبردی، کیفیت سرویس، زیرساخت فنی و مدیریتی و اثربخشی هوشمندی کسب و کار است.

شریت داران و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی به توسعه مدل کسب و کار و پایدار سازی مشاغل پرداختند. مستند به هدف مذکور در تحقیق حاضر مدل مفومی از عناصر تشکیل دهنده مدل کسب و کار و پایداری مشاغل ارائه شد و در پایان به تشریح چگونگی و نحوه اثرگذاری و تعاملات مدل کسب و کار و عناصر تشکیل دهنده آن بر پایدار سازی مشاغل پرداخته شد. در پایان ضمن جمع بندی به ارائه پیشنهادات مدیریتی و همچنین پیشنهاد برای تحقیقات آتی ارائه شد.

نیک بین و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی به ارائه مدل کسب و کار مؤثر در حوزه کسب‌وکارهای الکترونیکی با روش شبکه خزانة پرداختند. مشارکت نظری این پژوهش بیان چارچوبی از مدل کسب‌وکار مؤثر در حوزه کسب‌وکارهای الکترونیکی با استفاده از روش شبکه خزانة است. این چارچوب میتواند برای شروع و توسعه کسب‌وکار برای کارآفرینان مفید بوده و برای درک مدل کسب‌وکار مؤثر در تحقیقات آینده مورد استفاده قرار گیرد.

### روش تحقیق

گام اول مطالعه حاضر با استفاده از روش تحقیق کیفی داده‌بنیاد یا گراند تئوری انجام شده است. روش گراند تئوری روشی برای تعیین، تحلیل و بیان مقوله‌های اصلی پدیده مورد مطالعه است. این روش داده‌های کیفی را سازماندهی و در قالب جزئیات توصیف می‌نماید. برای تحلیل کیفی از نرم‌افزار MAXQDA استفاده شده است.

### کدگذاری باز

این مرحله شامل دسته بندی کدهای مختلف در قالب مضامین بالقوه و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده در قالب مضامین مشخص شده است. در واقع محقق، تحلیل کدهای خود را شروع کرده و در نظر می‌گیرد که چگونه کدهای مختلف می‌توانند برای ایجاد یک مضامین کلی ترکیب شوند. در این مرحله، با غربالگری، حذف کدهای تکراری و یکپارچه نمودن کدهای هم‌معنی، شاخص‌های استخراج شده از متون مصاحبه‌ها مقوله‌بندی می‌شوند. در ادامه با ارائه جداول مقوله‌های مصاحبه‌شونده‌ها به ارائه الگوی پیاده سازی کسب و کارهای هوشمند نو ظهور با رویکرد مهارت آموزی در ایران با استفاده از روش داده بنیاد می‌پردازیم.

جدول ۱- نمونه‌ای از کدهای باز استخراج شده از مصاحبه با خبرگان

نمونه کدهای احصاء شده به همراه شماره مصاحبه‌شونده
آشنائی مدیران و ذینفعان پروژه با تکنولوژی اطلاعات

سابقه استفاده از نرم افزار
آشنائی با مهارت‌های عمومی تکنولوژی اطلاعات
تمایل به افزایش مهارت‌های خود در ارتباط با تکنولوژی اطلاعات
امکانات برگزاری دوره‌های آشنائی با تکنولوژی اطلاعات در سازمان
مدیریت تغییرات محیطی
انعطاف‌پذیری کسب‌وکار نوظهوری در برابر تغییرات
سنجش و ارزیابی عملکرد
سیستم هوشمند ارتباط با مشتری بصورت یک محصول جدید
ایجاد چشم‌انداز برای هوشمندی کسب و کار
ایجاد نقشه راه جهت اجرای هوشمندی کسب و کار
مدیریت مشارکتی
افزایش تعامل و مشارکت افراد در تصمیم‌گیری کسب‌وکار نوظهور
معماری سیستم هوش کسب و کار
پشتیبانی مدیریت ارشد
روند حرکت کسب و کارهای هوشمند
نیاز مدیریت به سنجه‌های قابل اندازه‌گیری
گزارشات صحیح و جامع به عنوان ابزارهای تصمیم‌گیری مدیریت ارشد
تصمیم‌گیری بهتر
نگاه چند بعدی به اطلاعات کسب‌وکار نوظهور
اطلاعات صحیح جهت مقایسه برنامه و عملکرد
تمایل مدیران به اشتراک اطلاعات موجود در واحدهای تحت پوشش خود
نیاز به افراد کارآفرین و مستعد
تمایل به افزایش مهارت‌های خود
ارتقاء دانش فناورانه مدیران
برگزاری دوره‌های آشنائی با تکنولوژی اطلاعات
به‌کارگیری متخصصین در حوزه فناوری و رفع مسائل در حوزه تکنولوژی
پاسخگویی به سوالات در ارتباط با تکنولوژی اطلاعات
پشتیبانی از فرآیند تصمیم‌گیری
پوششدهی مکانیزاسیون، یکپارچگی و بهبود فرآیند این نیازمندیها
ایجاد یکپارچگی مدیریتی و عملیاتی درون‌سازمانی و بین‌سازمانی
تسهیل و تسریع فرآیندهای کسب‌وکار
اطلاعات تازه تجاری و نتیجه‌محور
تبدیل هوشمندانه و هدفمند داده متنوع از پایگاه‌های گوناگون
ترکیبی از ابزارها، پایگاه‌های داده و نیروی انسانی متخصص
استفاده درست از زیرساخت‌های موجود برای اخذ بهترین تصمیم

استفاده از تکنولوژی و فناوری اطلاعات
مبنای تعیین کاربرد سیستم های هوشمندی کسب و کار در یک سازمان
بهبود عملکرد فعالیت‌های اصلی و پشتیبانی
به هنگام بودن و کیفیت اطلاعات
توانمندسازی مدیران جهت درک بهتر موقعیت کسب و کارهای هوشمند

## کدگذاری محوری

کدگذاری محوری دومین مرحله تجزیه و تحلیل در نظریه‌پردازی داده بنیاد است. هدف از این مرحله برقراری رابطه بین طبقه‌های تولید شده در مرحله کدگذاری باز است. در این مرحله، با غربالگری، حذف کدهای تکراری و یکپارچه نمودن کدهای هم‌معنی، شاخص‌های استخراج شده از متون مصاحبه‌ها مقوله‌بندی می‌شوند. ارتباط سایر طبقه‌ها با طبقه محوری در شش عنوان می‌تواند تحقق داشته باشد که عبارتند از شرایط علی، پدیده محوری، راهبردها و اقدامات، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای و پیامدها (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸). لذا از کلیه شاخص‌های به دست آمده از مرحله کدگذاری باز، در این مرحله به تعیین مقوله‌ها پرداخته شده و ۱۱ مقوله اصلی و تعداد ۴۹ مقوله فرعی حاصل گردید. در ادامه، موارد مذکور در جداول جداگانه ارائه گردیده است.

جدول ۲- ابعاد، مقوله‌های اصلی و فرعی پژوهش

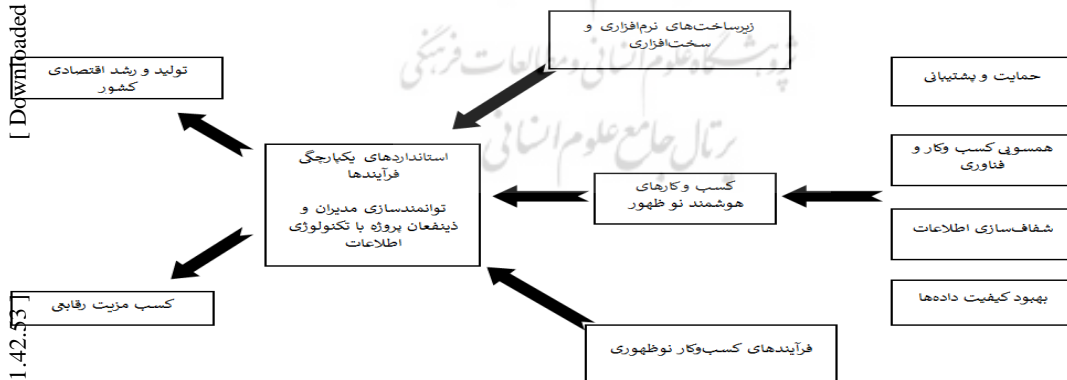
مقوله فرعی	مقوله اصلی	ابعاد
ایجاد سخت افزار مناسب جهت اجرای نرم افزارهای موجود	زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری	شرایط زمینه‌ای
تهیه سخت افزار مناسب جهت بانکهای اطلاعاتی تجمیع شده و بزرگ		
ذخیره اطلاعات در فایل‌های صفحه گسترده و در بانکهای اطلاعاتی		
ایجاد زیرساخت نرم‌افزاری مناسب جهت ارتباط برنامه‌های مختلف با یکدیگر		
ایجاد سیستم‌های عملیاتی جهت گردآوری اطلاعات به صورت مکانیزه	حمایت و پشتیبانی	شرایط علی
زیرساخت فنی انعطاف پذیر و قابل توسعه		
نیاز به سنجه‌های قابل اندازه گیری جهت مشاهده روند حرکت کسب‌وکار نوظهور		
وجود اطلاعات و گزارشات صحیح و جامع		
گردش اطلاعات به صورت مکانیزه	همسویی کسب و کار و فناوری	
پشتیبانی مالی و فناورانه		
معماری مناسب سیستم هوش کسب و کار		
درک وضعیت موجود و تکنولوژی اطلاعات		
ادراک مدیران از فناوری اطلاعات		

به روزرسانی تجهیزات و امکانات فناورانه در کسب و کار		
داشتن نگاه چند بعدی به اطلاعات کسب و کار نوظهور	شفاف سازی اطلاعات	
اشتراک گذاری اطلاعات موجود در واحدهای تحت پوشش با سایر واحدها		
تاثیر شفاف سازی اطلاعات در تصمیم گیری بهتر کسب و کار نوظهور		
ارائه اطلاعات شفاف جهت مقایسه برنامه و عملکرد		
منابع داده‌ها (یکپارچگی داده‌ها و سازگاری منابع داده)	بهبود کیفیت داده‌ها	
پردازش داده‌ها (کیفیت فرایند اکسپان، تبدیل و بارگذاری داده‌ها)		
انبار داده‌ها (تدوین چارچوب قوی برای حاکمیت و کیفیت داده‌ها)		
دقت، صحت و کامل بودن داده‌های مورد استفاده		
همسوسازی کارکنان با تغییرات	کسب و کارهای هوشمند نوظهور	پدیده محوری
سنجش و ارزیابی عملکرد		
ایجاد نقشه راه هوش تجاری		
مشارکت افراد در تصمیم‌گیری‌ها		
تولید داده‌هایی با حجم بالا	فرآیندهای کسب و کار نوظهوری	شرایط مداخله گر
گردش اطلاعات تولید شده		
استفاده فرآیندهای مختلف از داده‌های تولید شده توسط فرآیندهای دیگر		
به دست آوردن، به هم پیوستن، ذخیره کردن و به اشتراک گذاشتن و به کار بردن دانش		
استفاده از ایزو جهت ساماندهی و مستند سازی فرایندها	استانداردهای یکپارچگی فرآیندها	راهبردها و اقدامات
وجود تعاریف یکسان از مفاهیم رایج در کسب و کار نوظهور		
ایجاد ارتباطات درون کسب و کار نوظهوری و یکپارچه کردن فرآیندها		
تعریف سطوح دسترسی کسب و کار نوظهوری جهت دسترسی به اطلاعات یکپارچه		
تقویت مهارت‌های عمومی تکنولوژی اطلاعات	توانمندسازی مدیران و ذینفعان پروژه با تکنولوژی اطلاعات	
تمایل به افزایش مهارت‌های خود در ارتباط با تکنولوژی اطلاعات		
برگزاری دوره‌های آشنائی با تکنولوژی اطلاعات در کسب و کار نوظهور		
رفع مسائل و پاسخگویی به سوالات در ارتباط با تکنولوژی اطلاعات		
افزایش سودآوری کسب و کارها	رشد و توسعه اقتصادی کشور	پیامد
کاهش هزینه‌های جاری		

بهبود کارآیی و عملکرد کسب و کار		کسب مزیت رقابتی
جذب سرمایه‌گذار مکفی		
تامین منابع مالی و فناوری		
ایجاد موقعیت و فرصت‌های جدید		
ارائه روش‌های سیستماتیک در کسب و کارها		
پیاده‌سازی استانداردهای امنیتی در کسب و کار		
شناخت ریسک‌های محیطی موجود		
تصمیم‌گیری و پاسخگویی سریع و مطمئن مدیران		
بهبود مدیریت ارتباط با مشتری		

### کدگذاری گزینشی

در نظریه‌پردازی بنیادی، تلفیق داده‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است. در فرآیند تحقیق پس از گردآوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل و تفسیر آن‌ها نوبت به ارائه مدل، نتیجه‌گیری و جمع‌بندی تحقیق می‌رسد. در گام اول با بررسی وضعیت موجود، داده‌های به دست آمده در ۶ مقوله اصلی طبقه‌بندی می‌شوند. با نظر اساتید و کارشناسان امر، از کلیه شاخص‌های به دست آمده از تحلیل کیفی مصاحبه‌ها، تعداد ۴۹ شاخص، جهت ارائه الگوی پیاده‌سازی کسب و کارهای هوشمند نو ظهور در ایران به کار گرفته شده است. شکل زیر، نشان‌دهنده مدل پارادایمی پیاده‌سازی کسب و کارهای هوشمند نو ظهور در ایران می‌باشد.



شکل ۱- مدل پارادایمی پیاده‌سازی کسب و کارهای هوشمند نو ظهور با رویکرد مهارت‌آموزی در ایران

### نتیجه گیری و دستاوردهای علمی پژوهش

اگرچه بسیاری از شرکت ها به استقرار و استفاده از سیستمهای کسب و کار هوشمندی روی آورده اند، اما همه آنها در پیاده سازی موفق نبوده اند. این سیستمها دارای ابعاد فنی - اجتماعی بوده و از عناصر و پیچیدگی زیادی برخوردار می باشند. لذا شناسایی عوامل مؤثر بر پیاده سازی کسب و کار هوشمند نوظهور با رویکرد مهارت آموزی حائز اهمیت فراوانی است؛ بنابراین در این تحقیق به صورت جامع و با رویکرد سیستمی، عوامل شش گانه در فرآیند پیاده سازی اثربخش این سیستم ها بررسی شده است. از این رو به منظور تدوین مدل جامع پیاده سازی کسب و کارهای هوشمند نوظهور، ابتدا با استفاده از روش کتابخانه ای به بررسی گسترده ادبیات موضوع پرداخته شد و در نتیجه این مطالعه اسنادی چارچوب اولیه عوامل مؤثر بر پیاده سازی هوشمندی کسب و کار استخراج و تهیه گردید.

در ابتدا کدگذاری باز انجام شده است. در این بخش محقق با کدگذاری تمامی متن مصاحبه‌های موجود، در تلاش است که مقوله‌ها را بر همه داده‌های جمع‌آوری شده، نظیر مصاحبه‌های عمیق، مشاهدات خود و وقایع رخ داده و یا یادداشت‌های خود بنیان گذارد. در ادامه کدگذاری محوری انجام شد که فرآیند ربط‌دهی مقوله‌ها به زیرمقوله‌ها و پیوند دادن مقوله‌ها در سطح ویژگی‌ها و ابعاد آنها بود. در نهایت کدگذاری گزینشی یا انتخابی انجام گردید. در این مرحله، نظریه‌پرداز داده‌بنیاد، یک مقوله مرحله کدگذاری محوری انتخاب و آن را در مرکز فرآیندی که در حال بررسی است، تحت عنوان «پدیده مرکزی» قرار داده و سپس دیگر مقوله‌ها را به آن ربط داده شد. در نهایت مدل پارادایمی پژوهش احصاء گردید.

بر پایه یافته‌های تحقیق الگوی پارادایمی تدوین گردید که شامل شرایط علی (حمایت و پشتیبانی، همسویی کسب و کار و فناوری، شفاف سازی اطلاعات و بهبود کیفیت داده‌ها)، شرایط مداخله ای فرایندهای کسب و کار نوظهوری، شرایط زمینه ای (زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری)، راهبردها (استانداردهای یکپارچگی فرایندها، توانمند سازی مدیران و ذینفعان پروژه با تکنولوژی اطلاعات) و پیامدها (رشد و توسعه اقتصادی و کسب مزین رقابتی) می باشد. هر تحقیقی با هدف استفاده از نتایج آن برای بهبود امور و یا تغییر شرایطی صورت می گیرد. یافته این تحقیق میتواند در شرکت های دانش بنیان و استارت آپ ها برای پیاده سازی کسب و کارهای هوشمند نوظهور بکار گرفته شود؛ لذا مدیران میتوانند با استفاده مدل تدوین شده به

مدیریت صحیح پروژه های پیاده سازی کسب و کارهای هوشمند نوظهور بپردازند. دستاوردهای این پژوهش علاوه بر آنکه میتواند به شرکت های در اجرای موفق کسب و کارهای هوشمند کمک فراوانی کند، به پژوهشگران نیز در زمینه انجام تحقیقات آتی در این حوزه کمک میکند. این پژوهش با محدودیت‌های ذیل مواجه بوده که در صورت تغییر در آن امکان تغییر در نتایج آن وجود دارد:

- الف - عدم امکان دسترسی کامل به خبرگان برای مصاحبه با آن ها
- ب- طولانی شدن زمان انجام پژوهش به دلیل وقوع دوره کرونا
- ج- استفاده از روش کیفی و عدم اعتبار سنجی مدل پارادایمی با استفاده از مدل کمی



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



## منابع

- اسدالله، مهسا و ثانوی فرد، رسول و حمیدی زاده، علی، ۱۳۹۸، الگوی کسب و کار بانکداری الکترونیک مبتنی بر ظهور فینتک ها و استارت‌آپ های مالی
- الوانی، سیدمه‌دی؛ محمد خانباشی و حسن بودلایی. ۱۳۹۳. تبیین مفهوم اپنوخه در پژوهش های پدیدارشناختی و کاربرد آن در حوزه کارآفرینی. راهبرد (۱۵)۷۱، ۳۲۰-۳۴۵
- اصغرپور، محمدجواد. (۱۳۹۲). تصمیم گیری های چند معیاره. تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- امیدی قنبری، رضا و درخشان، ناهید و حسن زاده، محمد تقی، ۱۳۹۷، ارزیابی ارتباط بین همراستایی راهبردهای فناوری اطلاعات و کسب و کار با عملکرد سازمانی در اداره تربیت بدنی و هییت های ورزشی استان لرستان، چهارمین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران، تهران
- انصاری، رضا، عابادی شریبانی، علی اکبر، خیاط خوشدوزه، محمد. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر فعالیت های مدیریت تکنولوژی بر قابلیت های چابکی سازمان. مدیریت تولید و عملیات، ۱۷(۱)، ۱۹۱-۲۱۴.
- خالقی، فرامرز و محمدپور زندی، محمد ابراهیم، ۱۴۰۰، شناسایی و رتبه بندی چالشهای همراستایی کسب و کار و فناوری اطلاعات: راهکاری برای همسویی استراتژیک (مطالعه موردی: شرکت فولاد جنوب)
- دهقانپوری، حوریه، کاشف، سید محمد، خدادادی، محمد رسول. (۱۳۹۹). طراحی مدل بلوغ مدیریت دانش مبتنی بر استراتژی های کسب و کار در ورزش ایران. فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۹(۱)، ۲۵-۴۸
- رضایی، صلاح، میر عابدینی، سید جواد، ابطحی، عطاءالله. (۱۳۹۷). عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی هوشمندی کسب و کار در صنعت بانکداری ایران. مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، ۶(۲۳)، ۳۳-۸۱
- شربت داران، احمد و دانش زاده، محمد، ۱۳۹۶، توسعه مدل کسب و کار و پایدار سازی مشاغل، سومین کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کسب و کار، تهران.
- نادری فر، مهین؛ گلی، حمیده؛ قلجایی، فرشته. (۱۳۹۶). گلوله برفی روشی هادفمند در نمونه‌گیری تحقیقات کیفی، نشریه گام‌های توسعه در آموزش پزشکی، ۱۴(۴۱)، ۱۰۱-۱۲۱.
- نیک بین، حسین، بدیع زاده، علی، داوری، علی، حسینی نیا، غلامحسین. (۱۳۹۷). ارائه مدل کسب و کار مؤثر در حوزه کسب و کارهای الکترونیکی با روش شبکه خزانة. فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، ۶(۲)، ۱۳۷-۱۵۹
- ولیان، حسن، کوشکی جهرمی، علیرضا، بودلانی، حسن. (۱۳۹۶). طراحی مدل قابلیت های فناوری اطلاعات در سازمان های دولتی. مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، ۵(۲۰)، ۵-۴

- Bertle, Y, S.(Eds). (2016). *Strategies of qualitative inquiry*. Thousands Oaks, Sage, 158-183.
- kim, W. W. (2020). *The partial least squares approach to structural equation modeling*. *Modern methods for business research*, 295(2), 295-33.
- Corbin, J. M. (1998). *The Corbin and Strauss chronic illness trajectory model: an update*. *Research and Theory for Nursing Practice*, 12(1), 33.

- Gauwo, N., Schoenebeck, S., & Forte, A. (2020). Reliability and inter-rater reliability in qualitative research: Norms and guidelines for CSCW and HCI practice. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), 1-23..
- Grabuska, B. (2015). Validity in qualitative health education research. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 11(2), 211-217
- Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Honaii, A. C., & Corbin, J. (2019). «Grounded Theory methodology: an over view». Denzin, N, K. e Lincoln, Y, S.(Eds). (1985). *Strategies of qualitative inquiry*. Thousands Oaks, Sage, 158-183.
- Kristian sen, B. (2020). Validity in qualitative health education research. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 11(2), 211-217
- Mayring, P. (2014). *Qualitative content analysis. A companion to qualitative research*, 1, 159-176.
- Milansi, M. (Ed.). (2017). *The SAGE encyclopedia of communication research methods*. SAGE Publications.
- Pasepta, L. L., & Hayes, J. (2020). Enhancing trustworthiness of qualitative findings: Using Leximancer for qualitative data analysis triangulation. *The Qualitative Report*, 25(3), 604-614.
- Rudrigo, B. M., Chahla, J., Moatshe, G., Cinque, M. E., Muckenhirn, K. J., Godin, J. A., ... & LaPrade, R. F. (2020). Quantitative and qualitative analysis of the medial patellar ligaments: an anatomic and radiographic study. *The American journal of sports medicine*, 46(1), 153162.
- Wial, J., & Johnson, C. W. (2014). Contextualizing reliability and validity in qualitative research: toward more rigorous and trustworthy qualitative social science in leisure research. *Journal of Leisure Research*, 51(4), 432-451.