

## A Qualitative Exploration of the Economic Concerns and Challenges Facing Knowledge-Based and Technology Companies in Khuzestan Province

Ali Hossein Hosseinzadeh <sup>1✉</sup> | Sajjad Bahmani <sup>2</sup> | Mehran Bandari <sup>3</sup>

1. Professor, Department of Sociology, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran. (Corresponding author) Email: [a.hosseinzadeh@scu.ac.ir](mailto:a.hosseinzadeh@scu.ac.ir)
2. Assistant Professor, Department of Sociology, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran. Email: [s.bahmani@scu.ac.ir](mailto:s.bahmani@scu.ac.ir)
3. PhD Student, Sociology, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran. Email: [Mehran.bondori465@gmail.com](mailto:Mehran.bondori465@gmail.com)

### Article Info

#### Article type:

Research Article

#### Article history

Received: 11 June 2025

Received in revised form:

31 July 2025

Accepted:

5 November 2025

Published online: 29

December 2025

#### Keywords:

Knowledge-based companies  
Economic obstacles  
Khuzestan Province  
Qualitative method

### ABSTRACT

This research aims to investigate the main economic challenges and obstacles facing the development of knowledge-based companies in Khuzestan Province. For this purpose, the Grounded Theory method was employed to gain a deep understanding. The statistical population included scientific experts and academic specialists knowledgeable in the field of knowledge-based companies and entrepreneurship, with 44 individuals selected as the sample size to achieve theoretical saturation. The model extracted from the Grounded Theory method revealed that the causal conditions related to the economic concerns and challenges of knowledge-based companies include: 1) The inward-looking and isolationist nature of Iran's economy, 2) Economic prosperity as a prerequisite for company growth, 3) The adversities of economic sanctions on the country, 4) The necessity of establishing stability in the national economy, 5) Company losses due to delayed payments, 6) Lack of working capital, 7) Absence of venture capital, and 8) The lack of marketing strategies in Khuzestan. Additionally, the most significant categories related to the consequences of this situation include: 1) Technological innovations of knowledge-based companies, 2) The decline of creative companies into service-oriented ones, and 3) The erosion of companies' ability to adapt to their environment. The strategies to address economic challenges include: 1) The existence of unused government centers in cities, 2) Defining various income plans, 3) Non-loan financing, and 4) Developing demand-driven products.

**Cite this article:** Hosseinzadeh, A.H, Bahmani, S., & Bandari, M. (2026). A Qualitative Exploration of the Economic Concerns and Challenges Facing Knowledge-Based and Technology Companies in Khuzestan Province. *Journal of Innovation Economic Ecosystem Studies*, 5 (4), 31-58.

<http://doi.org/10.22111/innoeco.2026.51378.1171>



© The Author(s).

Publisher: University of Sistan and Baluchestan

## کاوش کیفی در دغدغه‌ها و چالش‌های اقتصادی فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور استان خوزستان

علی حسین حسین‌زاده<sup>۱</sup> | سجاد بهمنی<sup>۲</sup> | مهران بندری<sup>۳</sup>

۱. استاد گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران. (نویسنده مسئول) رایانامه: [a.hosseinzadeh@scu.ac.ir](mailto:a.hosseinzadeh@scu.ac.ir)

۲. استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران. رایانامه: [s.bahmani@scu.ac.ir](mailto:s.bahmani@scu.ac.ir)

۳. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران. رایانامه: [Mehran.bondori465@gmail.com](mailto:Mehran.bondori465@gmail.com)

اطلاعات مقاله	چکیده
<b>نوع مقاله:</b> مقاله پژوهشی	در این پژوهش تلاش شده است تا اصلی‌ترین چالش‌ها و موانع اقتصادی پیش‌روی توسعه فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان در استان خوزستان بررسی شود. برای این منظور و شناخت عمیق از روش نظریه داده بنیاد استفاده شد جامعه آماری شامل متخصصین علمی و خبرگان دانشگاهی مطلع در زمینه فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان و کارآفرینی بوده است که در راستای اشباع نظری ۴۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. مدل استخراج شده از روش داده بنیاد نشان داد شرایط علی مرتبط با دغدغه‌ها و چالش‌های اقتصادی فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان شامل: ۱- درون‌زایی انزواگرایانه اقتصاد ایران ۲- رونق اقتصادی پیش‌نیاز رشد شرکت‌ها ۳- مصائب تحریم‌های اقتصادی بر کشور ۴- ضرورت ایجاد ثبات در اقتصاد کشور ۵- زیان دهی شرکت‌ها در دیرپرداخت شدن مطالبات ۶- نداشتن سرمایه در گردش ۷- نبود سرمایه‌گذاری خطرپذیر ۸- فقدان استراتژی بازاریابی در خوزستان است. همچنین مهم‌ترین مقولات مرتبط با پیامدهای این وضعیت شامل: ۱- نوآوری‌های تکنولوژیک شرکت‌های دانش‌بنیان ۲- سقوط شرکت‌های خلاق به شرکت‌های خدماتی ۳- از بین بردن توانمندی تغییر شرکت‌ها در محیط است. راهبردها مقابله‌ای با چالش‌ها اقتصادی نیز: ۱- وجود مراکز بلا استفاده دولتی در سطح شهرستان‌ها ۲- تعریف برنامه‌هایی مختلف درآمدی ۳- تامین مالی غیر تسهیلاتی ۴- ساخت محصول تقاضامند به دست آمد.
<b>تاریخ دریافت:</b> ۲۱ خرداد ۱۴۰۴	
<b>تاریخ ویرایش:</b> ۰۹ مرداد ۱۴۰۴	
<b>تاریخ پذیرش:</b> ۱۴ آبان ۱۴۰۴	
<b>تاریخ انتشار:</b> ۰۸ دی ۱۴۰۴	
<b>واژه‌های کلیدی:</b> شرکت‌های دانش‌بنیان موانع اقتصادی استان خوزستان روش کیفی.	

استناد: حسین‌زاده، علی حسین، سجادی، بهمن؛ و بندری، مهران. (۱۴۰۴). کاوش کیفی در دغدغه‌ها و چالش‌های اقتصادی فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور استان خوزستان. *مطالعات زیست‌بوم اقتصاد نوآوری*، ۵(۴)، ۳۱-۵۸.

<http://doi.org/10.22111/innoeco.2026.51378.1171>



## ۱- مقدمه

دانش در حال حاضر به عنوان یک دارایی کلیدی در نظر گرفته می شود که به شرکت ها اجازه می دهد تا به نوآوری لازم برای پیشرفت در محیط چالش برانگیز امروز دست یابند (پیرا و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۱). دانش همواره در قلب توسعه اقتصادی بوده است، اقتصاد دانش بنیان اقتصاد صنعتی، را به شدت تغییر می دهد و به تدریج به سیستم اقتصادی قرن بیست و یکم تبدیل می شود، شرکت های دانش بنیان با توجه به ساختار خود نسبت به شرکت های بزرگ، در پیاده سازی مدیریت دانش مزیت های بیشتری دارند (آپاکا و آتایب<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴). همچنین اهمیتی که امروزه در پیشرفت اقتصادی و توسعه ملی پیدا کرده اند مورد توجه فراوان قرار گرفته اند (هسو و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷). در ایران نیز در سال های اخیر رشد قابل توجهی در تعداد شرکت های دانش بنیان فعال در حوزه های مختلف رخ داده است و این شرکت ها به بخش مهمی از اقتصاد ایران تبدیل شده اند. فعالیت این شرکت ها همچنان که جذاب به نظر می رسد در عمل همواره با مشکلاتی مواجه می شوند که در کشورهای در حال توسعه بیشتر و عمیق ترند (ندا و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲). چالش هایی که شرکت های دانش بنیان نوپا که تازه تاسیس بوده و به صورت ایده محور مراحل نمونه سازی محصول خود را طی می کنند و هنوز به مرحله تولید صنعتی نرسیده اند و هم شرکت های دانش بنیان تولیدی که از مرحله نوپا بودن گذر کرده و محصول دانش بنیان خود را به مرحله تولید صنعتی رسانده اند را همزمان تهدید می کنند. این مشکلات اگرچه طیف وسیعی دارند و حوزه های مختلف فعالیت این شرکت ها را دربرمی گیرند ولی فصل مشترک همه آن ها، اقتصادی بودن مسائل و چالش هاست. زمینه ها و مشکلات موجود در کشورهای در حال توسعه در عملکرد شرکت های دانش بنیان خود را نمایان می کنند و این شرکت ها از چالش های بومی در امان نیستند (گوراک<sup>۵</sup>، ۱۹۹۹). مسائل اقتصادی مذکور اغلب ریشه در بحران ها و مسائل اقتصادی کلان کشور دارد که به سبب شکنندگی جایگاه شرکت های دانش بنیان اثر عمیق تری بر آن ها دارد. و مانعی جدی بر سر راه شرکت های دانش بنیان هستند (فلاح و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۷۷). بنابراین عملکرد شرکت های دانش بنیان به شکل مستقیمی به بسترها و امکانات اقتصادی موجود بستگی دارد (گوروز و پاک<sup>۶</sup>، ۲۰۰۴). اینکه بازگشت سرمایه شرکت های دانش بنیان در چه حالتی قرار دارد و سرعت نقدشوندگی مطالبات آنان چگونه است و یا پرداخت تسهیلات حمایتی مستلزم طی چه فرایندهایی است قطعاً بر کیفیت عملکرد شرکت های دانش بنیان اثرگذار است. در شرایط شکننده اقتصادی و تورم مستمر تأخیر در پرداختی های سازمان های دولتی به شرکت ها سبب متاثر شدن حاشیه سود آن ها می شود و انگیزه فعالیت افراد شاغل در این مجموعه ها را به شکل منفی متاثر می کند. در عمل شرکت های فعال در ایران با این چالش ها و مجموعه بیشتری از موانع مواجه هستند که سدی محکم در برابر بهره وری و گسترش دامنه فعالیت این شرکت ها به حساب می آیند. با در نظر داشتن موارد مذکور پرسش اصلی این پژوهش این است که مهم ترین شرایط و زمینه های اقتصادی که فعالیت شرکت های دانش بنیان را با چالش مواجه کرده اند چه مواردی هستند و چه پیامدهایی را برای آن ها به بار آورده است؟

<sup>1</sup> Pereira et al

<sup>2</sup> Apaka & Atayb

<sup>3</sup> Hsu et al

<sup>4</sup> Nada et al

<sup>5</sup> Gurak

<sup>6</sup> Guruz & Pak

## ۲- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

طرح بحث‌های نظری و مفهومی در روش نظریه داده بنیاد در پیوند مستقیم با مقولات و یافته‌هاست. از همین منظر و بر اساس مهم‌ترین مقولات ظهور یافته به مرور مهم‌ترین موضوعات مرتبط اشاره می‌شود. زیست در عصر اقتصاد جهانی دانش اقتضانات خاص خود را دارد. فعالیت شرکت‌های دانش بنیان بر محور خلاقیت و نوآوری در چنین فضایی شکل می‌گیرد. مهم‌ترین ویژگی این اقتصاد مزیت رقابتی و رقابت پذیری مبتنی بر دانش و نوآوری است. در اقتصاد جهانی دانش از دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی انتظار می‌رود در خدمت زیست بوم خود باشند و به توسعه و رقابت پذیری آن کمک کنند (انتظاری، ۱۳۹۷). طبق نظریه اقتصاد دانش بنیان (سام و جسونگ<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳). تمام ظرفیت‌ها، توانایی‌ها و قابلیت‌های یک اقتصاد که منجر به مزیت رقابتی می‌شوند، به طور مستقیم و غیرمستقیم وابسته به دانش هستند. اهمیت دانش در اقتصاد و توجه به آن در طول زمان به طور پیوسته و فزاینده در حال افزایش است (ویلداویسکی<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰). نوآوری نقش کلیدی، در ارائه محصولات منحصر به فرد و خدمات از طریق ایجاد ارزش افزوده دارد (مونتس و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵). نوآوری، مجموعه‌ای از دانش، ایده، روش‌ها و مهارت‌هایی است که به عنوان ویژگی‌های منحصر به فرد برای شیوه‌های تولید و رقابتی شرکت می‌باشد (آندرسون و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۰۸). با این وجود صرفاً متغیر نوآوری نمی‌تواند تضمین کننده موفقیت شرکت‌های دانش بنیان باشد. بررسی سازمان‌های موفق و شکست خورده در اواخر قرن بیستم و اوایل قرن بیست و یکم نشان می‌دهد که شرکت‌های نوآور با چالشی بزرگ مواجه هستند: ایده‌ها فراوانند، اما کارایی پژوهش درون سازمان کمتر و کمتر می‌شود. گرچه نوآوری بسیار کلیدی است، اما فرآیند سنتی مدیریت نوآوری نیز دیگر پاسخگو نیست. ایده‌ها و منابع خارج از سازمان فراوانند اما شرکت‌ها برای تامین مالی چالش‌های فراوان دارند. امروزه به هیچ عنوان نمی‌توان همه افراد صاحب دانش در یک زمینه را در یک سازمان جمع کرد. به همین خاطر مدل‌های جدید کسب و کار باید بتوانند راهی برای به خدمت گرفتن دانسته‌های پراکنده افراد بگشایند، یافتن راهی برای به تعامل سازنده با این افراد از کلیدی‌ترین عوامل موفقیت یک مدل کسب و کار در معرفی یک نوآوری است (صمدی، ۱۳۹۲).

کارآفرینی از دید دانشمندان علوم اجتماعی، فرآیندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این روابط اجتماعی می‌تواند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا تسهیل نماید. برای موفقیت و شکل‌گیری فعالیت کارآفرینانه به جز حضور فعال در اجتماع و شناسایی مناسب فرصت‌ها، وجود دانش و اطلاعات بروز و کارآمد به عنوان سرمایه نیز از اصول انکارناپذیر محسوب می‌گردد. این سرمایه همانگونه که صاحب نظران و محققان امر طبقه بندی نموده اند شامل سرمایه‌های انسانی، فکری، اجتماعی، فیزیکی، غیره می‌باشند که همگی در قالب یک سیستم به هم تنیده در تلاش اند تا ضمن خلق دانش و اطلاعات به عنوان مزیتی رقابتی با عملیاتی نمودن آن در راستای رفع نیازهای سایر افراد ارزش آفرینی نمایند. اینچنین است که رابطه بین کارآفرین و سرمایه‌های یاد شده یک رابطه چند وجهی می‌باشد که در این میان، رابطه کارآفرینی و سرمایه اجتماعی دارای اهمیت ویژه ای است. چرا که

<sup>1</sup> Sum & Jessop

<sup>2</sup> Wildavsky

<sup>3</sup> Montes et al

<sup>4</sup> Andersson et al

در عصر حاضر که به عصر ارتباطات و اطلاعات مشهور است در قالب شبکه اجتماعی است که سایر سرمایه‌ها تقویت می‌گردد و به وسیله این سرمایه‌ها فعالیت کارآفرینانه معنا می‌یابد. از دیگر سوی نیز کارآفرینی در پرورش صور گوناگون سرمایه‌سهم است (ناهد و زالی، ۱۳۸۹).

ماکس وبر معتقد است که کوشش برای بهبود معاش یا اخلاق کار نقش اصلی را در توسعه اقتصادی و صنعتی نظام سرمایه‌داری بازی می‌کند و بین اخلاق پروتستانی و طرز زندگی آنها با پیشرفت اقتصادی رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد. وبر تاکید می‌کند که تنها محرک پیشرفت اقتصادی نظام سرمایه‌داری، اخلاق پروتستانی و طرز تفکر پروتستان‌ها بوده است. در اخلاق پروتستانی برای هر فرد یک صفت کاری یا اخلاق کاری وجود دارد که براساس آن، فرد وجدان کاری خود را در تمام مراحل کاری به ثبوت می‌رساند. این خصیصه اخلاقی موجب می‌شود که فرد با احساس مسئولیت و در نهایت، دقت و کارایی وظایف کاری و شغلی خود را انجام دهد. با این همه، وی اولین محقق بود که به تبیین ارزش‌های عقیدتی و درونی فرد بر رفتار کارآفرینانه پرداخت (وبر، ۱۳۷۱). به عقیده اسملسر و سوندبرگ<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) بسیاری از آراء جوزف شومپیتر به ویژه در کتاب سرمایه‌داری، سوسیالیسم و دموکراسی خصلتی جامعه‌شناختی دارند. برقراری ارتباط میان اخلاق به عنوان یک پدیده اجتماعی با کارآفرینی به عنوان یک پدیده اقتصادی در برخی از پژوهش‌ها مورد توجه و کنکاش بوده است (برونی و میلگرام، ۲۰۰۹). مک‌گوایر<sup>۲</sup> نقش کارآفرینی در جوامع مختلف را با توجه به تنوع فرهنگی متفاوت می‌داند و به نظر وی منابع طبیعی و سرمایه نقدی ممکن است یکسان باشد، اما آنچه را باید در درک تفاوت رفتار مورد توجه قرار داد، عواملی مانند عقاید اجتماعی، هنجارها، پاداشها و رفتارها، آرمان‌های فردی و ملی، مکاتب دینی و تعلیم و تربیت است. هاربینسون و مایرز<sup>۳</sup> معتقد بودند که کارآفرین فردی است که نمی‌توان او را از سازمان خود جدا کرد، زیرا وی با آن در آمیخته است؛ وظیفه او این است که شرایطی را فراهم آورد که تحت آن، دیگر عناصر مدیریت بتوانند ضمن ادای وظایفی که در سازمان برای آنان تعیین شده است، به اهداف شخصی خود نیز دست یابند (گاسه<sup>۴</sup>، ۱۹۸۵).

معمولاً بوروکراسی اداری یکی از موانع مهم شروع و تداوم برنامه‌های کسب و کار است. در مورد بوروکراسی اداری نظریات وبر نشان‌دهنده تاثیر منفی بوروکراسی اداری می‌باشد. وی بوروکراسی را برای اولین بار تحت عنوان پدیده اجتماعی مطرح کرد. وبر بوروکراسی را شیوه‌ی خاصی از سازماندهی می‌داند که به صورت گسترده در جامعه شکل گرفته است و معتقد است که هرچه سازمان، به نمونه ایده‌آل بوروکراسی نزدیک‌تر شود و سمت و سوق پیدا کند، کارایی سازمان برای دستیابی به اهداف، بیشتر خواهد بود (وبر، ۱۳۸۶). به اعتقاد وبر هر یک از این ویژگی‌های دیوانسالاری یعنی: تقسیم کار و تخصص، جهت‌گیری غیرشخصی، سلسله‌مراتب، مسیر شغلی (کارراهه) و قانون و مقررات عقلانیت و کارایی سازمان را تقویت می‌کند (علاقه‌بند، ۱۳۸۶).

صوفی و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهشی نشان دادند مولفه‌های موثر بر تجاری‌سازی محصولات دانش‌بنیان شامل عوامل مدیریتی، عوامل اطلاعاتی، عوامل مالی، قوانین و مقررات، قابلیت فناورانه، تقویت تعاملات، توانمندی بازاریابی و فروش

<sup>1</sup> Smelser and Swedenborg

<sup>2</sup> McGuire

<sup>3</sup> Harbinson and Myers

<sup>4</sup> Gasse

می‌باشد. اسدی و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهشی نشان دادند شایستگی‌های فردی و صفات شخصی بنیان‌گذاران، شایستگی تیمی، ماهیت نوآوری و فناوری، آمادگی بازار، سطح آمادگی و بوغ فناوری، عوامل پشتیبانی، درگیری ذهنی بنیان‌گذار و توان داخلی در تولید محصول شرایط علی بر تجاری‌سازی ایده‌های دانش‌بنیان هستند. شیری و مرادنژادی (۱۴۰۲) نشان دادند: مهم‌ترین موانع و مشکلات زمینه‌ای شرکت‌های دانش‌بنیان شامل ناهمسویی اهداف و برنامه‌های آموزش عالی با دانش‌بنیانی، ناپویایی زیست‌بوم کارآفرینی، ضعف حمایت‌های نهادی، ضعف نظارت و بازرسی، ناسازگاری قوانین و مقررات با ماهیت شرکت‌های دانش‌بنیان، ضمانت اجرایی ضعیف قوانین و مقررات حمایتی، ضعف برنامه‌های آموزشی و ترویجی، ناهمسویی فرهنگ استان با کارآفرینی، حاکمیت دیدگاه خیر محدود در نهادهای دولتی است. اشراقی و همکاران (۱۴۰۰) نشان دادند معافیت‌های مالیاتی، وام‌های کم‌بهره و خدمات مشاوره‌ای احتمال‌گذار شرکت‌های نوپای فناوری را افزایش می‌دهند. همچنین شرکت‌های دارای محصولات بسیار پیشرفته در مقابل محصولات کمتر پیشرفته احتمال‌گذار بالاتری به مرحله رشد دارند. گلعلی زاده و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی نشان دادند ضعف‌های دانشی، سازمانی و حرفه‌ای شرکت‌های دانش‌بنیان، ریسک‌پذیری و ضعف عملکردی صندوق‌های تأمین مالی موجود، کمبود و ضعف عملکردی صندوق‌های خطرپذیر موجود، کمبود صندوق‌ها و بیمه‌های ضمانت اعتبار، ضعف‌های فرهنگ اجتماعی برای مشارکت و سرمایه‌گذاری، مشکلات بازار محصولات دانش‌بنیان، مسائل زیرساختی (سیاستی، قانونی، اجرایی) از مهم‌ترین چالش‌های فراروی تأمین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان محسوب می‌شوند. فرمانسیا و ایمانی<sup>۱</sup> (۲۰۲۴) نشان دادند حکم توانایی شرکت‌های کوچک و متوسط برای دسترسی به منابع مالی پایدار یک عامل تعیین‌کننده مهم در انعطاف‌پذیری و رشد آنهاست. بلنکستاین و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) نشان دادند عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی دانش‌بنیان شامل: ترویج آموزش‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها، ایجاد تعادل بین نظریه و عمل در امر آموزش کارآفرینی، پرورش ذهنیت کارآفرینی از طریق آموزش کارآفرینی می‌داند. النا و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۲۰) در پژوهشی در خصوص توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور سوئد بیان کردند، افزایش تاکید بر عوامل اقتصاد دانش‌بنیان باعث رشد رقابت‌پذیری کشور می‌شود که به پایداری بهتر آن کمک می‌کند. موسیو و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۶) عنوان کردند: قوانین و رویه‌های عمومی، قوانین تنظیم‌انگیزه‌های مالی و قوانین مربوط به خطرپذیری کارآفرینی تاثیر مثبتی بر توسعه کسب و کارهای دانشگاهی دارد. آهن و میکس<sup>۵</sup> (۲۰۰۸) مدلی جهت توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه بیوتکنولوژی و دارویی ارائه کردند. این مدل بر نقش محوری در تأمین مالی اولیه و نقش شرکت‌های سرمایه‌گذاری در ادامه فرایند کاری شرکت‌های دانش‌بنیان تاکید می‌کند.

<sup>1</sup> Firmansyah and Imani

<sup>2</sup> Blanckesteijn et al

<sup>3</sup> Elena et al

<sup>4</sup> Muscio et al

<sup>5</sup> Ahn & Meeks

### ۳- روش‌شناسی و داده‌های تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف توسعه‌ای - کاربردی و از لحاظ ماهیت داده‌ها روش پژوهش، کیفی بوده که جهت طراحی و تدوین مدل نظام تأمین اجتماعی فراگیر از روش تحقیق نظریه داده‌بنیاد سیستماتیک استفاده شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در تحقیق حاضر مصاحبه نیمه ساختاریافته بوده است. این تحلیل براساس روش داده بنیاد اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸) انجام شد و تدوین چالش‌های اقتصادی فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی صورت پذیرفت. در این شیوه، ابتدا کدهای مناسب به بخش‌های مختلف داده‌ها تخصیص یافته و این کدها را در قالب مقوله‌ها دسته‌بندی کردیم. این فرایند، کدگذاری باز خوانده می‌شود. سپس با اندیشیدن در مورد ابعاد متفاوت این مقوله‌ها و یافتن پیوندهای میان آنها به کدگذاری محوری اقدام شد. لازم بذکر است که در جریان این کدگذاری‌ها، با استفاده از نمونه‌گیری نظری و با توجه به مفاهیم پدیدار شده از درون داده‌ها، به گردآوری داده‌ها در مورد مدل نظام تأمین اجتماعی فراگیر و توسعه آن پرداخته شد تا تصویری غنی‌تر از عوامل، ملاک‌ها و نشانگرهای حاصله، فراهم شود. مشارکت‌کنندگان تحقیق ۴۴ نفر نخبگان استان که متشکل از استادان دانشگاه شهید چمران اهواز، علوم پزشکی جندی شاپور اهواز و دانشگاه آزاد همچنین تعدادی از مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان انتخاب شدند در طی این مسیر نمونه‌گیری تحقیق بر اساس نمونه‌گیری نظری و هدفمند است. روش جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته می‌باشد. تحلیل داده‌ها با استفاده از کدگذاری نظری صورت گرفت. کدگذاری نظری روشی است برای تحلیل داده‌هایی که به‌منظور تدوین یک نظریه به روش نظریه‌پردازی داده‌محور گردآوری شده‌اند. این روش را گلیزر و اشتراوس (۱۹۶۷) مطرح کردند و بعدها توسط گلیزر (۱۹۷۸) و اشتراوس (۱۹۸۷) و اشتراوس و کوربین (۱۹۹۰/۱۹۹۸) بسط پیدا کرد و منظور از کدگذاری عبارت است از عملیاتی که طی آن داده‌ها تجزیه، مفهوم‌سازی، و به شکل تازه‌ای در کنار یکدیگر قرار داده می‌شود. این همان فرایند اصلی‌ای است که طی آن نظریه بر اساس داده‌ها تدوین می‌شود (فلیک<sup>۱</sup>، ۱۳۹۱: ۳۲۹).

#### جدول ۱. فهرست مشارکت‌کنندگان در پژوهش

ردیف	جنسیت	تحصیلات	شغل	ردیف	جنسیت	تحصیلات	شغل
۱	مرد	دکتری	عضو هیئت‌علمی - مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان	۲۳	مرد	دکتری	عضو هیئت‌علمی
۲	مرد	دکتری	عضو هیئت‌علمی	۲۴	مرد	کارشناسی‌ارشد	مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان
۳	مرد	دکتری	عضو هیئت‌علمی	۲۵	مرد	دانشجو دکتری	مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان
۴	زن	دکتری	عضو هیئت‌علمی	۲۶	مرد	کارشناسی	مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان
۵	مرد	دکتری	عضو هیئت‌علمی	۲۷	مرد	کارشناسی‌ارشد	مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان

<sup>۱</sup> Flick

مدیرعامل شرکت دانش بنیان	کارشناسی ارشد	مرد	۲۸	مدیرعامل شرکت دانش بنیان	دکتری	زن	۶
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	کارشناسی ارشد	مرد	۲۹	عضو هیئت علمی_مدیرعامل شرکت دانش بنیان	دکتری	مرد	۷
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	کارشناسی ارشد	مرد	۳۰	عضو هیئت علمی	دکتری	مرد	۸
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	کارشناسی ارشد	مرد	۳۱	عضو هیئت علمی_مدیرعامل شرکت دانش بنیان	دکتری	مرد	۹
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	کارشناسی ارشد	مرد	۳۲	عضو هیئت علمی	دکتری	مرد	۱۰
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	کارشناسی ارشد	مرد	۳۳	عضو هیئت علمی_مدیرعامل شرکت دانش بنیان	دکتری	زن	۱۱
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	کارشناسی ارشد	مرد	۳۴	عضو هیئت علمی	دکتری	مرد	۱۲
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	کارشناسی ارشد	مرد	۳۵	عضو هیئت علمی_مدیرعامل شرکت دانش بنیان	دکتری	مرد	۱۳
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	کارشناسی ارشد	مرد	۳۶	عضو هیئت علمی	دکتری	مرد	۱۴
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	کارشناسی ارشد	مرد	۳۷	عضو هیئت علمی	دکتری	مرد	۱۵
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	کارشناسی ارشد	مرد	۳۸	عضو هیئت علمی	دکتری	مرد	۱۶
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	لیسانس	مرد	۳۹	عضو هیئت علمی	دکتری	مرد	۱۷
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	دکتری	زن	۴۰	عضو هیئت علمی	دکتری	مرد	۱۸
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	کارشناسی ارشد	زن	۴۱	عضو هیئت علمی_مدیرعامل شرکت دانش بنیان	دکتری	مرد	۱۹
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	کارشناسی ارشد	زن	۴۲	عضو هیئت علمی	دکتری	مرد	۲۰
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	کارشناسی ارشد	زن	۴۳	عضو هیئت علمی	دکتری	مرد	۲۱
مدیرعامل شرکت دانش بنیان	کارشناسی ارشد	زن	۴۴	مدیرعامل شرکت دانش بنیان_عضو هیئت علمی	دکتری	مرد	۲۲

با تحلیل و بررسی دقیق و خط به خط متن مصاحبه‌های تحقیق، مفاهیم و مضامین محوری در طی فرایندی جزئی و دقیق و طولانی مفهوم پردازی و ارائه شدند.

## جدول ۲. شرایط علی چالش‌های اقتصادی فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور

مضمون محوری	مفاهیم
درون‌زایی انزوای اقتصاد ایران	انزوای اقتصادی کشور، نداشتن بازار خارج از کشور، بازار گسترده خارج از ایران، محدودیت فروش شرکت‌ها به خارج از ایران، محروم ماندن از رقابت‌های خارجی، دورماندن از رقابت در کیفیت با محصولات خارجی
رونق اقتصادی پیش‌نیاز رشد شرکت‌ها	کاربرد داشتن علم در دوران رونق اقتصادی، پویا نبودن اقتصاد کشور، توانمندی مالی مصرف‌کننده، رونق بازار آغازگر توسعه محصول، پویایی بازار و رونق کسب‌وکارها، توسعه بازار مصرف محرک گسترش شرکت
مصائب تحریم‌های اقتصادی بر کشور	واسطه‌گری چندگانه در خرید قطعات صنعتی، تحریم مانع دستیابی به بازار آزاد، گران خریدن ابزار به واسطه تحریم، نبود قطعات اصلی در بازار، گرانی قطعات به واسطه دلالی و تحریم
ضرورت ایجاد ثبات در اقتصاد کشور	ضرورت وجود ثبات در اقتصاد، دوام داشتن نرخ ارز، ایجاد تکانه‌های اقتصادی، پیش‌بینی‌ناپذیری قیمت تمام شده برای کالا، تجربه جهش‌های فزاینده دلاری در مقطع زمانی کوتاه، حفظ شرکت بدون دستیابی به رشد، داشتن افق صادراتی به شرط ثبات ارز، ثبات اقتصادی و گسترش تولید، نوسانات اقتصادی و افزایش بی‌اعتمادی، افزایش نوسانات ارزی و از بین رفتن فرایندهای تولیدی، بی‌ثباتی ارزی و جابجایی قیمت‌های تمام شده محصول
زیان دهی شرکت‌ها در دیر پرداخت شدن مطالبات	تأخیر در پرداختی‌های سازمان‌های دولتی به شرکت‌ها، تورم قیمتی و عدم بازپرداخت بدهی دولت به شرکت‌ها، زیان دهی شرکت‌ها در دیر پرداخت شدن مطالبات، چالش‌های مشتری انحصاری دولتی، دیرکرد در پرداخت‌ها و نیازمندی به تسهیلات، بدحسابی در پرداخت‌ها از سوی صنایع، دیرکرد در پرداخت‌ها و کاهش ارزش سرمایه شرکت، تأخیر در پرداخت پول قطعات خریداری شده توسط شرکت‌های مادر، طولانی شدن بازگشت سرمایه، تأخیر در پرداخت‌ها و عدم ارتقا شرکت، همزمانی دیرکرد در پرداخت‌ها و عدم ارتقا شرکت

نداشتن سرمایه در گردش	فقدان سرمایه مالی نزد مالکین شرکت، نداشتن سرمایه جهت تأمین مواد اولیه، هزینه‌مند بودن فرایند تبدیل ایده به محصول، هزینه‌های ساخت محصول
نبود سرمایه‌گذاری خطرپذیر	نبود سرمایه‌گذاری خطرپذیر در استان خوزستان، برگزارنشده‌ها همایش برای سرمایه‌گذاران خطرپذیر در اهواز، نبود شتاب‌دهنده‌های اقتصادی در خوزستان
فقدان استراتژی بازاریابی در خوزستان	ناتوانی در بازاریابی، نداشتن پلن بازاریابی پس از تولید محصول، عدم شناخت نیاز مشتری، انجام‌ندادن تحقیقات بازار، پررنگ بودن مشکل فروش بیشتر از تولید، وجود بازاریاب در تیم، انتخاب زمان دقیق ورود به بازار

**درونزایی انزواگرایانه اقتصاد ایران:** مبادلات محدود تجاری و ارتباطات اقتصادی با کشورهای و بازارهای جهانی به انزوای اقتصادی تعبیر می‌شود که منجر به کاهش رشد اقتصادی به دلیل افت سرمایه‌گذاری خارجی، کاهش دسترسی به کالاهای باکیفیت و از دست دادن بازار برای تولیدات داخلی در بیرون مرزها می‌شود.

جملاتی از مشارکت کننده:

«ما اقتصادمون درون‌زاست به این معنا که خودمون با خودمون داریم کار می‌کنیم، خارج از ایران نیاز زیاده، آلمان را مثال می‌زنیم آلمان با تمام دنیا ارتباط داره جنسشو از اینجا میگیره میفروشه اونوره دنیا، ما چی!!! اگر علوم پزشکی ازم پکیج نخره باید وایسم تا ببینم کی میاد یک پکیج از من میخره هی سایت ها را نگاه می‌کنم ببینم کی از من میخواد یه دستگاه بخره یه شرکتی بدقولی کرده الان هیچ کس نیست این دستگاه ها رو از من بخره من رو این دستگاه ها ضرر کردم ... خوب چرا من ماهیتم را عوض نکنم»

جملاتی از مشارکت کننده:

«تو ایران عرصه رقابت ضعیفه من نمیتونم با یه شرکت خارجی رقابت کنم چون ارتباطاتی ندارم چیزی نمیبینم مثلاً ما اینجا میگیریم به به عجب صندلی خوبی ولی وقتی رفتیم خارج میگیریم چقدر صندلی های خوب و بهتری هست، نه ایده میگیریم نه اقتصادمون پویاست»

**رونق اقتصادی پیش‌نیاز رشد شرکت‌ها:** جونز معتقد است که دستیابی به رشد اقتصادی پایدار، به مفهوم افزایش درآمد مبتنی بر اشتغال کامل یا افزایش ظرفیت بالقوه تولیدی است (جونز، ۱۹۷۵ به نقل از اثنی‌عشری امیری، ۱۳۹۸: ۱۷).

جملاتی از مشارکت کننده:

« تا زمانی که رونق اقتصادی داخل کشور حکمفرما نشود علم من بالاترین علم دنیا هم باشه به درد این صنعت نمی‌خوره. همه‌ی اینها متأثر از وضعیت اقتصادی کشور است این بازاری که وجود دارد، یعنی تولیدکننده و مصرف‌کننده و در نهایت منی که می‌تونم از تولید کننده با علمی که دارم پشتیبانی کنم، مثل حلقه‌های یک زنجیر هستند تا زمانی که تولید به وجود نیاید و آن پویایی و رونق اقتصادی تو جامعه ایجاد نشود صنعت کارایی‌اش مشخص نمی‌شود».

جملاتی از مشارکت کننده:

« همه چیز از بازار مصرف شروع میشه شما وقتی مطمئن باشید بازار مصرف تون توسعه پیدا کرده و فروش بیشتری داشته‌اید به همان نسبت به نیروی بیشتری احتیاج دارید، شما باید از آخر شروع کنید، سال به سال یک افزایش فروشی داشته باشید و متناسب با آن شرکت را بزرگ کنید و نیروی انسانی بیشتری داشته باشید»

**مصائب تحریم‌های اقتصادی بر کشور:** تحریم‌های اقتصادی به معنای اقدامات غیرنظامی است که بر انتقال کالا، خدمات و یا سرمایه به یک کشور خاص تأثیری نامطلوب می‌گذارد و هدف از برقراری آن تنبیه یا مجازات و یا وادار ساختن آن کشور به تطبیق خود با اهداف سیاسی دولت تحریم کننده و یا بیان ناخرسندی کشور تحریم کننده از اقدامات خود و رفتارهای آن کشور است (میراحمدی و رشیدی، ۱۳۹۳: ۲۹).

جملاتی از مشارکت کننده:

«توی این چند دستگاهی که می‌سازم بعضی قطعات هستند که باید از کشورهای اروپایی بخریم مثلاً دستگاہ «هاچ دو اس<sup>۱</sup>» حدود ۹۵ قطعه الکترونیکی متفاوت داره من باید زنگ بزنم سه چهار تا واسطه توی انگلیس بفرستن دویی از دویی بیاد شیراز و بعد برسه خوزستان اگر دستم باز باشه به دنیای آزاد از آمازون مستقیم خرید میکنم با یک دهم قیمت بیاد در شرکت تحویل داده بشه».

جملاتی از مشارکت کننده:

«یکی از چالشهایی که داریم بحث مواد اولیه است قطعاتی رو که ما می‌خواهیم الکترونیکی هستند و پیدا کردن اصل این قطعات کار سختیه و چند برابر قیمت در ایران اینا رو به ما می‌فروشند، وقتی شما می‌خواهید دیوایسی رو درست بکنید، از این قطعات چهارتا پنج تا ده تا نیاز داری خوب برا ۵ تا نیمتونی بلند شی بری چین یا آمریکا خودت بخری مجبوری از وارد کنندگان داخلی بخری، در قطعات الکترونیکی اصل و فیک بودنشون خیلی موضوع مهمیه تا نصب نکنی رو دیوایس معلوم نمیشه این اصلاً سالمه یا خراب»

<sup>1</sup> H2S

**ضرورت ایجاد ثبات در اقتصاد کشور:** ثبات اقتصادی کلان مبنای اساسی رشد پایدار اقتصادی است و در تعریف و توصیف ثبات اقتصاد بر پنج شاخص نرخ تورم، نرخ ارز، نرخ بهره، وضعیت مالی دولت و وضعیت تراز پرداخت‌ها تاکید می‌گردد (سیف و همکاران، ۱۴۰۱: ۶۰).

جملاتی از مشارکت کننده:

«مهم ترین چیز اینه که دلار هر چی باشه اصلا ۱۰۰ هزار تومان باشه کاری با قیمتش ندارم ولی ۵ - ۶ سال ثابت بمونه چون وقتی ثبت سفارش میکنم برای خرید مواد اولیه و ادعا داریم که محصولمون یک سوم خارجی درمیاد یک دفعه میبینی دو روز بعد ماده اولیه گرون شده و قیمت نهایی به هم میریزه»

جملاتی از مشارکت کننده:

«سال ۹۱ دلار ۹۲۰ تومن بود دلار ۹۲۰ تومن کجا دلار ۶۵ هزار تومن کجا!!! من چقدر تلاش کنم تا بتونم این دلار رو جایگزین کنم. شرکتی مثل ما این همه سال داره قطعاتی میسازه که خرید نمونه خارجیش برای کشور قطع شده فقط تونستیم خودمون رو سر پا نگه داریم نمیتونیم رشد کنیم در صورتی که به جرئت میگم اگر دلار حتی ۱۰۰ تومن باشه ولی دو سه سال ثابت نگه بدارن ما صادرات خواهیم داشت».

**زبان دهی شرکت‌ها در دیرپرداخت شدن مطالبات:** به وضعیتی گفته می‌شود که شرکت‌ها برای کارفرمایان یا مشتریان پروژه مورد توافق را به اتمام رسانیده‌اند ولی در تاریخ مقرر طلب آنها پرداخت نشده است.

جملاتی از مشارکت کننده:

«کلا سازمان ها و شرکتهای دولتی، در معاملات خودشون تو جامعه، پرداخت هاشون با تأخیر انجام میدن با توجه به اینکه تو اقتصاد ایران تورم شدیده، تغییر قیمت ها خیلی سریع انجام میشه، برای شرکت هایی که محصولاتشون رو میفروشن و در دوره های طولانی شش ماهه، هشت ماهه، یکساله، و بعضی اوقات ممکنه دوساله پولشون رو دریافت کنن به اندازه تغییر قیمت وقتی که کالا رو میفروشنند با وقتی که پول رو میگیرن متضرر میشن»

جملاتی از مشارکت کننده:

«مشتری تولیدات ما بخش دولتی مثل شرکت ملی حفاری و وزارت نفت است بعضا پیش اومده ۸-۶ ماه حتی تا یک سال هم مطالبات مون رو پرداخت نمیکنن، بزرگترین معضل مالی ما تأخیر در پرداخت مطالبات از صورت وضعیت مون هست اگه پرداخت‌ها سر وقت انجام بشن ما احتیاجی به تسهیلات نداریم»

**نداشتن سرمایه در گردش:** سرمایه در گردش مجموعه مبالغی است که در دارایی‌های جاری سرمایه‌گذاری می‌شود. طبق نظر اسکیلینگ<sup>۱</sup> سرمایه در گردش به سرمایه‌گذاری سازمان در دارایی‌های جاری، بدهی‌های جاری، وجوه نقد، اوراق بهادار کوتاه‌مدت، حساب‌های دریافتی و موجودی کالا مربوط می‌شود (فتحی و توکلی، ۱۳۸۸: ۱۰۶).

<sup>۱</sup> Schilling

جملاتی از مشارکت کننده:

«پول نداریم برا تامین مواد اولیه، منتظریم ببینیم صندوق نوآوری خوزستان پولی میده؛ الان خط تولید، مجوز گرفته دست رو دست موندیم تا تسهیلات بدن مواد اولیه بخریم و شروع کنیم».

جملاتی از مشارکت کننده:

«بیشترین دلیل عمده‌ای که شرکت هنوز نتونسته شکل و شمایل اصلی و صنعتی به خودش بگیره وجود سرمایه است ما از زیر صفر شروع کردیم و اکثر کارهایی که پیش بردیم و تولیداتی که انجام دادیم از درآمدها نبود بلکه از جیب خودمون بود»

**نبود سرمایه گذاری خطرپذیر:** سرمایه‌گذاری خطرپذیر عبارت است از تامین سرمایه لازم برای شرکت‌ها و کسب‌وکارهای نوپا و کارآفرین که مستعد جهش و رشد ارزش می‌باشند و در عین حال دارای ریسک فراوانی هستند (مارتین و همکاران، ۲۰۱۴ به نقل از سلطانی و گهرسودفرد، ۱۳۹۶: ۱۲۷)

جملاتی از مشارکت کننده:

«بخش عمده ای از کمبودهای ما بحث حمایت های مالی به صورت سرمایه گذاری های خطر پذیر است نه تسهیلاتی که ما از بانک بگیریم و بگن ۲۳ درصد سود بدید یا ماهانه این مقدار قسط بدید»

جملاتی از مشارکت کننده:

« تا حالا چندتا همایش برگزار شده برای سرمایه گذاری در اهواز !!!! من در طول ۹ سال گذشته همایشی ندیدم که مخصوص سرمایه گذارها باشه فقط میخوان هی جوان جذب کند. دوتا عکس بگیرن شمایی که این همه جوان جذب میکنی زیر ساخت و منابعی نداری حداقل بیا با چهارتا سرمایه گذار صحبت کن»

**فقدان استراتژی بازاریابی در خوزستان:** بازاریابی فرایندی دو سویه است که هم قابلیت‌های یک شرکت و هم خواسته‌های مشتریان را در برمی‌گیرد از عوامل مهم در بازاریابی خلق و ارائه ارزش منحصر به فرد به مشتریان است (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۵) برخی از شرکت‌ها محصولات خود را بدون اینکه از قبل بازار هدف را مشخص کرده باشند شروع به تولید می‌کنند.

جملاتی از مشارکت کننده:

«شرکت‌ها همش فکر میکنند باید یک محصولی تولید بشه؛ در حالی که تولید محصول مرحله آخر نیست وقتی که تولید میکنی تازه باید ببینی چجوری این تولید رو در استان جا بندازی خیلی از استارت‌آپ‌ها بودند که اینجوری کله پا شدند برای شرکت‌ها مهمه که در حوزه بازاریابی کسی کمک شون کنه تا راه بیفتند خیلی از شرکت‌های خوزستانی بیش از آنکه مشکل تسهیلات داشته باشند مشکل فروش دارند».

جملاتی از مشارکت کننده:

« یکی از دلایل شکست کسب و کارها عدم شناخت نیاز مشتری است یعنی اینکه شرکت‌ها به سری محصولات رو تولید میکنند درحالی که ممکنه مشتری براشون نباشه چون تحقیقات بازار رو به درستی انجام نداده اند از افراد دور و برش اومده سوال پرسیده یه جاهایی هم فرضاً توی اینستاگرام یه چیزی دیده فکر میکنه این کسب و کار میتونه کسب و کار پر درآمدی باشه درحالی که حتی ممکنه تاریخ انقضای اون کالا دیگه از بین رفته باشه و مردم دیگه به این صورت اون کالا رو استفاده نکنن»

### جدول ۳. شرایط زمینه‌ای چالش‌های اقتصادی فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور

مفاهیم	مضمون محوری
نیازمندی کالا در ساخت به سرمایه، مراحل چندگانه ساخت محصول نهایی، فراتر بودن هزینه‌های ساخت کالا از توان شرکت، طاقت‌فرسا بودن مسیر تجاری‌سازی محصول، سرمایه‌تسهیل‌گر ساخت کالا	سرمایه بر بودن ساخت محصول
تولید اندک و افزایش هزینه‌های تولیدی، هزینه‌های بالا تولید در مقیاس کم، افزایش تولید و سرشکن شدن هزینه‌ها	هزینه سربار تولید محصول اندک
توانایی شرکت‌های دانش‌بنیان استانی در تامین نیازهای صنایع، انتظار صنایع از شرکت‌ها دانش‌بنیان مبنی بر فروش به قیمت پایین، واسپاری کارها به شرکت‌های بیرون استانی، اثرات مخرب صنایع مادر بر روی زیست بوم استان، شکل نگرفتن چرخه کامل سودهی صنایع با واسپاری پروژه‌ها	تامین نیازمندی‌های صنایع در خارج از استان
ساختار بروکراتیک بانکی، تلاش بانک‌ها در نگهداشت پول در بانک، بهانه‌های متعدد بانک‌ها در جهت واریز نکردن تسهیلات، اخذ مدارک کاغذی بسیار از شرکت‌ها، فرایند پیچیده اخذ ضمانت نامه شرکت در مناقصه، سپرده کردن ده درصد مبلغ ضمانت نامه در بانک	قوانین بوروکراتیک بانکی
وجود شرایط مشکل‌زا در جامعه، کم‌ثباتی‌های اقتصادی اجتماعی در جامعه، ایجاد دغدغه‌های شتاب‌گیر نخبگان، درگیری نخبگان با امور غیر مرتبط، کاستن توان نخبگان، درگیری فناوران با مسائل روزمره، چربش مسائل روزمره به دغدغه‌های تولید فناوری به فناوران	دغدغه‌های درگیرکننده نخبگان علمی

**سرمایه بر بودن ساخت محصول:** تولید نهایی یک محصول دانش‌بنیان، فرایندی است که با پژوهش آغاز شده و با ساخت نمونه‌های آزمایشگاهی، نیمه‌صنعتی و صنعتی ادامه می‌یابد. طی این مسیر مستلزم سرمایه‌گذاری است؛ در واقع مجموعه هزینه‌هایی است که برای تولید یک محصول صرف می‌شود.

جملاتی از مشارکت‌کننده:

«محصولی که تولید میشه برای به بلوغ رسیدن، نیاز به سرمایه داره، نیاز به چندین بار ساخت داره، این ساخت هزینه بر است و از قد و قامت شرکت‌های کوچکی مثل ما بسیار بیشتره بنابراین این جا حضور به سرمایه‌گذار که بتونه تسهیل کننده این مسیر باشه و شرکت دانش بنیان نخواد ذهنشو درگیر این مسئله بکند احساس میشه».

جملاتی از مشارکت کننده:

«جا افتادن یک تکنولوژی و یک محصول چه از جهت جذب سرمایه گذار، چه از جهت توسعه و تولید، چه از جهت فروش، یک مسیر سخت و سنگین است. به هیچ وجه با یک تیم کوچک و یک سرمایه اندک قابل حصول نیست»

**هزینه سر بار تولید محصول در مقیاس اندک:** حجم تولید کالا در شرکت‌های دانش بنیان محدود می‌باشد از این رو هزینه‌های سر بار بین تعداد کمتری از واحدهای تولیدی توزیع می‌شوند و این می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر هزینه تمام شده محصول داشته باشد.

جملاتی از مشارکت کننده:

«وقتی شما در یک تولیدی به مرحله نقطه رشد میرسید و بلوغ اون تکنولوژی و بازارتون رو پیدا می کنید هزینه‌های ثابتتون سرشکن میشه رو تعداد زیادی کالا وقتی شما دو واحد تولید کردید کل هزینه‌ها رو این دو تا سرشکن میشه پس در نتیجه قیمت تمام شده شما بالا میره».

جملاتی از مشارکت کننده:

«یه مشکل دیگه ای که توی خوزستان زیاده طرف میره برای یه شرکت تولید انجام میدن و اون شرکت دو تا کالا میخواد خوب این هزینه سر بارش خیلی میره بالا قیمت تمام شدش خیلی میره بالا هر چی بهش میگی به جای اینکه یکی دو تا بهش بفروشی برو تو حوزه کاریت مطالعه کن ببین چند تا میتونی تو خوزستان بفروشی قیمت رو بر اساس اون بده به جایی که بر اساس دو تا بدی بر اساس ده تا بده میگه»

**تامین نیازمندی‌های صنایع در خارج از استان:** صنایع استان نیازمند محصولات یا خدماتی برای تولید و عملیات صنعتی مدنظر خود می‌باشند که در برخی موارد ظرفیت تولید آنها در استان وجود دارد ولی این شرکت‌ها و صنایع نیازمندی‌های خود را از خارج استان تامین می‌کنند.

جملاتی از مشارکت کننده:

«خیلی از شرکت های مرکز رشد و پارک علم و فناوری محصولات دارن که نیاز صنایع استان مثل فولاد، پتروشیمی، نفت هست ولی صنایع میرن از بیرون استان خریداری می کنن یا انتظار دارن که رایگان یا با قیمت خیلی پایین در اختیارشون بذارن این از نظر اقتصادی برای کسی که بخواد کار بکنه توجیهی نداره»

جملاتی از مشارکت کننده:

«در استان خوزستان نگاه به بیرون استان هست تو جلسه ای که دیروز با مدیران شرکت نفت به همین هم اشاره کردیم که شما اثرات مخرب صنعت تون برای ماست اینجا داری آلودگیتو تخلیه میکنه ما داریم تنفس میکنیم ما آب آلوده داریم میخوریم طبیعتا نباید منافعش برای جاهای دیگه باشه»

**قوانین بوروکراتیک بانکی:** وبر معتقد است ادارات یک سامان سلسله مراتبی دارند و با ضوابط غیرشخصی عمل می‌کنند. مسئولین این ادارت وظایف خاص و مرزبندی شده‌ای دارند و هر یک در حوزه‌ی خاصی که به او اختصاص داده شده است، اعمال مدیریت می‌کند (کوزر، ۱۳۹۳: ۳۱۵-۳۱۶). گاهی اوقات این قوانین به دلیل پیچیدگی و طولانی بودن فرایندهای اجرایی، به عنوان «بوروکراتیک» شناخته می‌شوند و ممکن است به عنوان مانعی برای تسهیل فعالیت‌ها و خدمات در نظر گرفته شوند.

جملاتی از مشارکت کننده:

«بانک چون اون ساختار بوروکراتیک رو داره، بعضا این شیطنت رو هم می‌کنند پول را نگه میدارند یه ماه دو ماه سه ماه و کلاه شرعی هم برا خودشون درست می‌کنن می‌گن مثلا ضمانت نامش خوب نبود یا کیی شناسنامهش نیورده طرف روز بعدش درگیر یه کاره دیگه هست نمیره دو روز بعد اون کارمنده نیستش بعد همینجوری میشه سه چهار ماهزمان رو از دست میده»

جملاتی از مشارکت کننده:

«پروسه گرفتن یک ضمانت نامه شرکت در مناقصه دو برابر پروسه تسهیلات است شما باید برید تمام هیئت مدیرتون چک بدن، در بهترین حالتی که بانک باهاتون کنار بیاد سه تا ضامن باید ببرید، ده درصد مبلغ ضمانت نامه را باید نقدا تودیع کنید ببینید عددها خیلی بزرگ هستند ۱۰ میلیون ۲۰ میلیون ۱۰۰ میلیون نیست بانک میاد شما را ارزیابی میکنه که چی دارید دفتر دارید کارخونه دارید و ..... و ضمانت نامه را به شما میده و معادل ده درصد ضمانت نامه را باید در بانک سپرده کنید این ده درصد کف ضمانت نامه هست»

**دغدغه‌های درگیرکننده نخبگان علمی:** افراد فعال در حوزه فناوری به جای اینکه تمرکز خود را بر امور فنی و ساخت کالا نوآورانه در شرکت صرف کنند مسائل و مشکلات روزمره توان آنها را تحلیل می‌برد. فشارهای مالی، تأخیر در تامین‌های مالی، چالش‌های قانونی و ... از جمله این دغدغه‌های درگیرکننده به حساب می‌آیند.

جملاتی از مشارکت کننده:

«بستر تمام مشکلات و تمام خلاقیت‌ها، دوتاش از یک جا ریشه داره. شما وقتی که آرامش داشته باشی، شرایطت توی بیس آرومی باشه، دغدغه‌ی مسائل مالی، اقتصادی رو نداشته باشی، قطعاً کل توانایی من تو شرکت هزینه میشه، ولی زمانی که بیس ناآرامی باشه و شرایط اجتماعی، اقتصادی، امنیت فکری و روحی نداشته باشیم این باعث میشه چهل درصد من تو شرکت باشه و شصت درصد من درگیر مسائل بیرون باشه»

جملاتی از مشارکت کننده:

«تو کشور ما یک فناوری نمیدونه به مسائل و مشکلات زندگی خودش فکر کنه، قوت روزانه خودشو تامین بکنه یا به فکر تکنولوژی‌های بالا و برتر باشه کسی قولی هم بهش نداده که این تکنولوژی بخواد خریداری بشه این که شما به عنوان یک فرد تنها این راه رو انتخاب کردید ارتزاق و درآمدت از این راه باشه خیلی سخته».

#### جدول ۴. شرایط مداخله‌گر چالش‌های اقتصادی فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور

مضمون محوری	مفاهیم
ناتوانی شرکت‌ها در معرفی محصول ساخته شده	وجود مشکل معرفی محصول، نداشتن تخصص بازاریابی در میان شرکت‌ها، نبود افراد متخصص بازاریابی در شرکت‌ها،
داشتن برنامه تخصصی منطبق با شرایط اقتصادی کشور	داشتن برنامه تخصصی برای تاسیس شرکت، مشاوره گرفتن از متخصصین در ایجاد شرکت، ضرورت داشتن برنامه برای شرایط دشوار، داشتن مهارت برنامه‌ریزی، داشتن برنامه و احتمال موفقیت، برنامه‌ریزی متناسب با شرایط ایران
نداشتن معافیت مالیاتی برای شرکت‌های فناور	نداشتن معافیت مالیاتی برای شرکت‌های پیش‌رشد و رشد، معافیت مالیاتی شرکت‌های دانش‌بنیان، مالیات دهی شرکت‌های فناور

**ناتوانی مدیران در معرفی محصول ساخته شده:** یکی از چالش‌های شرکت‌های دانش‌بنیان این است که به دلیل کم‌تجربگی یا نداشتن فرد متخصص در شرکت نمی‌توانند به درستی محصول یا خدمت نوآورانه‌ی خود را به بازار هدف معرفی کنند.

جملاتی از مشارکت‌کننده:

«برخی شرکت‌ها مواقع محصولی رو تولید می‌کنند که محصول بسیار خوبیه ولی بلد نیستند نیاز رو ایجاد کنند نمیدونند چجوری پرزنتش کنند. یکی از مشکلات بزرگ شرکت‌ها اینه که محصول فوق‌العاده‌ای تولید کرده ولی نحوه‌ی پرزنت محصولشون اشتباهه اینایی که دانش‌بنیان هستن اکثرشون دانش فنی و تخصصی خودشونو دارن و دانش بازاریابی و یا پرزنت رو ندارن»

جملاتی از مشارکت‌کننده:

«یکی از بزرگ‌ترین دلایل شکست شرکت‌ها عدم پرزنت محصول شون هست یعنی عدم ایجاد آگاهی از محصول، برای افرادی که نیاز به این محصول دارن با وجود این مشکل شرکت‌ها نمیرن سراغ یه افرادی که کمک بگیرن»

**داشتن برنامه تخصصی منطبق با شرایط اقتصادی کشور:** برنامه‌ریزی عبارت است از فرایند تعیین اهداف و انتخاب وسایل و راه‌های نیل به آنها. بدون برنامه، مدیران نمی‌توانند چگونه کارکنان و منابع را به طور اثربخشی به کار گیرند (کلاته، ۱۳۸۴: ۲۰۹-۲۱۰). شرکت‌ها باید برای توسعه خود راهبردهای متناسب با وضعیت اقتصادی کشور و شرایطی که زیست می‌کنند برنامه‌ریزی داشته باشند.

جملاتی از مشارکت‌کننده:

«کسب و کارها برای اینکه بتوانند بر مشکلات فایز بیان بایستی توی حوزه برنامه‌ریزی، تخصص بیشتری داشته باشن از افراد مطلع استفاده کنن، بی‌هوا وارد کار نشن، خیلی از این کسب کارها اصلا حساب داری صنعتی کارشون نمیتونن در بیان، یعنی قیمت تمام شده محصولشون رو نمیتونن برآورد کنن، توی پیشبینی درآمدهای آتی شون روی هوا حرف میزنن، وقتی شما تو شرایط سخت قرار دارید باید تخصص و مهارت بیشتری داشته باشید مهارت بیشتری داشته باشید و به ریسک‌ها و تهدیدها بیشتر توجه بکنید»

جملاتی از مشارکت کننده:

«تو مدیریت یه اصل هست که میگیم برنامه‌ریزی ضامن موفقیت نیست، فقط شانس موفقیت رو زیاد و شانس شکست رو کم میکنه پس خود این جمله فرضش بر اینه که تو هیچ جایی ما نمیتونیم فرض را بر این بگذاریم که محیط قابل پیشبینی هست اما توی ایران اصلا نمیشه پیشبینی کرد، توی یک سری آیتم‌ها مثل نرخ ارز، قوانین و.. به نظرم خیلی هم مخربه اما این جزء واقعیت فضای کسب و کار ما شده بنابراین شرکت‌ها باید با مختصات اقتصادی ایران برنامه‌ریزی کنند»

نداشتن معافیت مالیاتی برای شرکتهای فناور: معافیت‌های مالیاتی در واقع تخفیف قسمتی یا حتی کل مالیات حقه یک شخص حقیقی یا حقوقی برای مدت زمان مشخص است که به عنوان ابزار متداول حمایتی در کنار سایر سیاست‌ها توسط دولت به کار گرفته می‌شود. معافیت مالیاتی برای حمایت از فعالیتی خاص و یا به منظور کمک به قشری خاص اعطا و به کار گرفته می‌شود (حراقی و همکاران، ۱۴۰۳: ۷۷).

جملاتی از مشارکت کننده:

«شرکت‌هایی که تو دوره پیش‌رشد و رشد مقدماتی هستند شامل معافیت مالیاتی نمی‌شوند. و اگر فروشی داشته باشند باید مالیات بدهند. و تا قبل از دانش بنیان شدن معافیت مالیاتی ندارند مگر اینکه دانش بنیان بشن و محصولشون معاف از مالیات بشه».

جملاتی از مشارکت کننده:

«واحدهای فناور معافیت مالیاتی شاملشون نمیشه مگر اینکه دانش بنیان باشن و محصولشون بتونه معاف از مالیات بشه شرکت‌هایی که تو دوره پیش‌رشد و رشد مقدماتی هستند شامل معافیت مالیاتی نمی‌شوند و فروشی داشته باشند باید مالیات رو بدهند و تا قبل از دانش بنیان شدن معافیت مالیاتی ندارند».

#### جدول ۵. راهبردهای مقابله‌ای با چالش‌های اقتصادی فعالیت شرکتهای دانش‌بنیان و فناور

مضمون محوری	مفاهیم
وجود مراکز بلا استفاده دولتی در سطح شهرستان-ها	مکان‌های بی‌استفاده در سطح شهرستان‌ها، کوتاه بودن مدیران دولتی در برخی شهرها، قابلیت تغییر کاربری مکان‌های دولتی بلا استفاده در شهرستان‌ها، امکان جا دادن فناوران در مکان‌های دولتی شهرها

تعریف پلن‌های مختلف درآمدی	ایجاد پلن‌های درآمدی در شرکت، ضرورت توجه به درآمدهای جانبی برای بقا شرکت، ایجاد بستر درآمدی جانبی در شرکت
تامین مالی غیر تسهیلاتی	فراهم کردن شرایط تامین مالی‌های مختلف، به کارگیری تامین مالی غیر تسهیلات بانک‌ها، سهام دار کردن افراد متخصص به ازای انجام کار
ساخت محصول تقاضامند	ساخت نمونه آزمایشگاهی و تقاضا محور کردن آن، اخذ سفارش تولید از شرکت‌ها، دشوار بودن فروش محصول

**وجود مراکز بلا استفاده دولتی در سطح شهرستان‌ها:** ساختمان‌ها و تاسیسات دولتی بسیاری در سطح استان وجود دارد که به دلایلی مانند کاهش نیاز یا تقاضا، تغییر در سیاست‌های دولتی و یا ادغام سازمانی، برای مقاصد اولیه خود به کار نمی‌روند و به طور کامل یا بخشی از آنها خالی است.

جملاتی از مشارکت کننده:

«الان واقعا فضاهای بلا استفاده در سطح شهرستان‌ها وجود داره منتهای مدیران به ویژه تو شهرهای کوچک، فکرشون کوچیکه زمین و ساختمون را حیثیتی حساب می‌کنن بیمارستان قدیمی ۱۷ شهریور ایزه که وسط شهر بود آیا نمیتونستن بازسازی بکنن به مرکز رشد تبدیلش کنند، نصف ساختمون دانشگاه آزاد ایزه خالیه مگه ایزه چند نفر داره که میتونن شرکت دانش بنیان داشته باشند ۵ تا اصلا ۳۰ نفر، همه رو میتونستن همونجا جا بدن»

جملاتی از مشارکت کننده:

«در مسجد سلیمان برای ایجاد مرکز رشد ساختمونی نداشتیم بعد متوجه شدیم که شرکت نفت برای امور فرهنگی یه ساختمانی را ساخته باهاشون مذاکره کردیم و این ساختمون رو یه شعبه از پارک علم و فناوری کردیم، دانشگاه خرمشهر یه مدرسه دو طبقه داشت که تعطیل شده بود و ساختمون بلا استفاده مونده بود رایزنی کردیم اینو کامل در اختیار ما گذاشتند و شرکت‌ها اومدن اونجا مستقر شدند»

**تعریف پلن‌های مختلف درآمدی:** رسیدن به محصول نهایی در شرکت‌های دانش‌بنیان با توجه به اینکه برای نخستین بار است که محصول ساخته می‌شود، هم یک فرایند زمانبر است و هم نیازمند صرف هزینه‌های ساخت و بازاریابی می‌باشد از این رو شرکت‌ها ناچار هستند راهبردهایی را پیش گیرند که صرفاً بر یک درآمد تکیه نداشته باشند و راهای مختلفی را برای درآمدزایی دنبال کنند

جملاتی از مشارکت کننده:

«استارت آپ اگر میخواد بقا داشته داشته باشه باید چند تا پلن درآمدی داشته باشه ما به همین دلیل در کنار اون کار اصلیمون چندتا پلن درآمدی در نظر گرفتیم اونا را هم تقریباً فعال کردیمه یا داریم فعال می‌کنیم که استپ(پله) اول حفظ بشه و بقا پیدا کنه»



### جدول ۶. پیامد چالش‌های اقتصادی فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور

مضمون محوری	مفاهیم
نوآوری‌های تکنولوژیک شرکت‌های دانش‌بنیان	برطرف کردن نیازمندی به کالاهای تحریمی، توسعه مهندسی معکوس، جلوگیری از توقف شرکت‌ها، نیازمندی به سطح بالای تکنولوژی در حل مسائل
سقوط شرکت‌های خلاق به شرکت‌های خدماتی	انحراف از مسیر اصلی دانش‌بنیانی، کوچک شدن مقیاس، از دست رفتن نوآوری، تغییر ماهیت کسب و کار
از بین بردن توانمندی تغییر شرکت‌ها در محیط	ایجاد موانع تولید، ایجاد مانع سرمایه‌گذاری، جلوگیری از ایده، از بین بردن لنگیزه، تاثیرات چند بعدی اقتصادی-اجتماعی، ادامه‌دار بودن بی‌سامانی‌های جامعه، حل نشدن مشکلات درون جامعه

نوآوری‌های تکنولوژیک شرکت‌های دانش‌بنیان: دنیای کنونی به دلیل سرعت تحولات فناورانه، تفاوت زیادی به گذشته پیدا کرده است. دنیای در حال تغییر و تحول است و سرعت این تغییر، روز به روز بیشتر می‌شود. فناوری‌های جدیدی ظهور می‌کنند و عمر آنها به سرعت تمام می‌شود و جانشین‌هایی برای آنها به بازار می‌آید (شیرازی و همکاران، ۱۳۹۸: ۸۲).

جملاتی از مشارکت کننده:

«خیلی از مشکلاتی که داریم در خصوص تحریم‌ها و ورود تکنولوژی، این شرکت‌ها میتونن تو بحث مهندسی معکوس و توی نوآوری و خلاقیت جدید کار بکنند و صنایع رو نگذارند متوقف بشه»

جملاتی از مشارکت کننده:

«الان خیلی از کارها دیگه به شکل غیر علمی یا بر اساس تجربه و حالت استاد و شاگردی قابل حل نیست مسائل پیچیده‌تر شدن و تکنولوژی‌های به روز و پیشرفته نیاز هستن الان نقش علم خیلی مهم تر شده و خیلی اوقات مسائل جدیدی پیش میاد که اون صنعت خودش به تنهایی نمی‌تونه حل بکنه باید حتما دست به دامن پژوهش و علم بشه که بتونه مشکلاتو حل کنه»

سقوط شرکت‌های خلاق به شرکت‌های خدماتی: شرکت‌های نوپای یکی از ارکان رشد اقتصادی یک کشور هستند. آن‌ها نقش حیاتی در گسترش اقتصادی کشور ایفا می‌کنند و عامل اصلی دیجیتال‌سازی و نوآوری در جامعه هستند (تیتوس، ۲۰۰۴ به نقل از دینا و گوپتا، ۲۰۲۱: ۲۶۳۵). این شرکت‌ها در ابتدا با محوریت نوآوری و تولید محصول فناورانه شکل می‌گیرند اما در ادامه فرایند فعالیت خود در اثر مشکلات موجود به تدریج به کسب و کارهای خدماتی تنزل می‌یابند.

جملاتی از مشارکت کننده:

« واحد فناور یا دانش بنیانی که پول نداره مجبور میشه از ایده اصلیش دور بشه، اون موقع یک واحد فناور تبدیل میشه به یک مغازه کوچک مثلا ما شرکتهایی داشتیم که با یک هدف خلاقانه به مرکز رشد آمدند ولی به مرور تبدیل شدن به شرکتهای خدماتی کوچک»

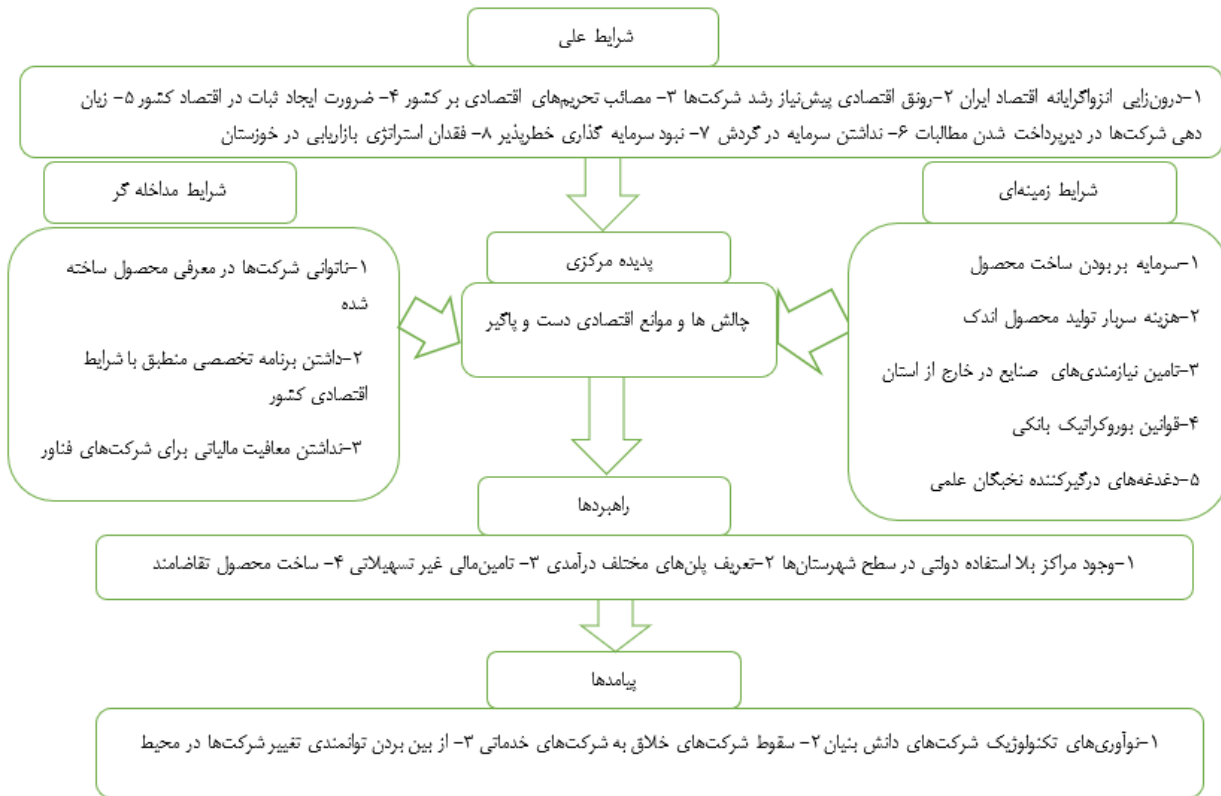
از بین بردن توانمندی تغییر شرکت‌ها در محیط: ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان در خلق فناوری‌های نوین، ساخت محصولات نوآورانه، استفاده بهینه از منابع و ایجاد صنایع تبدیلی است اگر شرایط مناسب کار فراهم آید این اهداف محقق خواهد شد و در صورتی که شرایط فراهم نباشد به معنای خاموش شدن بخشی از ظرفیت این شرکت‌های برای ایجاد تغییر در محیط است.

جملاتی از مشارکت کننده:

«وقتی من فکری یا ایده ای داشته باشم که میتونه یک تغییر و تحول ایجاد بکنه، ببینم این مشکلات هست دیگه ایدمو ممکنه بروز ندم ممکنه اصلا دیگه انگیزه‌ای برای ثبتش نداشته باشم. شکل بدترش که ممکنه به خروج نخبگان ختم بشه خیلی‌ها هم دارن میرن چون میبینن مشکلات خیلی زیاد است»

جملاتی از مشارکت کننده:

«این شرکت‌ها خیلی میتونن تغییر و تحولات ایجاد کنند چه توی اقتصاد و چه توی اجتماع، بحث اقتصاد یک محوری است که خیلی از مشکلات را توی اجتماع به وجود میاره ما اگر اقتصادمون خوب باشه بیکاری نخواهیم داشت اگر بیکاری نداشته باشیم خیلی از نابسامانی‌های اجتماعی کم خواهد شد»



شکل ۱. مدل پارادایمی تحقیق

## ۵- نتیجه‌گیری و پیشنهادهای سیاستی

هدف اصلی این پژوهش کنکاش در موانع اقتصادی توسعه شرکت‌های دانش بنیان و واحدهای فناور بود و به همین منظور از روش کیفی استفاده شده است. بعد از تحلیل داده‌ها مشخص گردید مهم‌ترین مقولات ظهور یافته در زمینه شرایط علی اقتصادی ۱- درون‌زایی انزواگرایانه اقتصاد ایران ۲- رونق اقتصادی پیش‌نیاز رشد شرکت‌ها ۳- مصائب تحریم‌های اقتصادی بر کشور ۴- ضرورت ایجاد ثبات در اقتصاد کشور ۵- زیان دهی شرکت‌ها در دیرپرداخت شدن مطالبات ۶- نداشتن سرمایه در گردش ۷- نبود سرمایه گذاری خطرپذیر ۸- فقدان استراتژی بازاریابی در خوزستان می‌باشد. از پیش‌نیازهای مهم رونق اقتصادی در هر کشوری میزان ارتباطات تجاری و علمی صنایع آن کشور با سایر کشورهاست. شاید در ابتدا گفته شود که تکیه بر صنایع داخلی و بومی‌سازی، منجر به توسعه صنایع داخلی می‌شود اما این تعبیر روی دیگری نیز دارد که باعث می‌شود شرکت‌ها از داشتن رقیب محروم شوند و این یکه‌تازی انحصاری باعث شود که شرکت‌ها دست از ارتقا بردارند. پس درون‌زایی می‌تواند یک امتیاز مثبت برای هر اقتصادی محسوب شود ولی هنگامی که همراه با انزواگرایی باشد اثرات منفی خود را به مرور نمایان خواهد ساخت و به موجب آن، شرکت‌ها با محدودیت‌های اقتصادی و تجاری، از ارتباطات خارجی و فرصت‌های بازار جهانی محروم می‌شوند. این انزواگرایی مانع از حضور این شرکت‌ها در عرصه بین‌المللی می‌شود.

بازار مصرف محصولات و مشتریان شرکت‌های دانش‌بنیان دو گروه مردم و دولت می‌باشد. پایداری مشتریان شرکت‌های دانش‌بنیان در گروه رونق اقتصادی حاکم بر گروه مردم و دولت است. در صورتی که مردم با مشکلات اقتصادی مواجه شوند حتی اگر کالا ساخته شده از بالاترین فناوری‌ها برخوردار باشد قطعا مردم در خرید مشکل خواهند داشت و از سویی دولت اگر رونقی در کسب و کارش نباشد اگر کالایی را خریداری کند قطعا در پرداخت‌ها به شرکت را با مشکل مواجه می‌کند. شرکت‌های فناور و دانش‌بنیان شرکت‌های نوپایی هستند که سطح تولید و درآمد آنها بسیار محدود است و به لحاظ مالی در تنگنا قرار دارند این شرکت‌ها هنگامی که در بستر بی‌ثبات اقتصادی قرار می‌گیرند توان مقابله، اندک خود را هم از دست می‌دهند و بی‌ثباتی اقتصادی از یک طرف ارزش‌داری‌های اندوخته شرکت را کاهش می‌کند و دوم اینکه شرکت باید برای خرید مواد اولیه دائم افزایش‌های پی‌درپی قیمت‌ها را تجربه کند و سوم این بی‌ثباتی فرایند قیمت‌گذاری برای محصول ساخته شده از بین می‌برد شرکت‌ها قیمت تمام‌شده‌ای را بر روی محصول خود می‌گذارند پس از مدت کوتاهی دوباره باید قیمت خود را افزایش بدهند که در مراحل بعدی حتی منجر به سلب اعتماد مشتریان از شرکت‌ها می‌شود. چالش اقتصادی دیگری که شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور با آن مواجه هستند پرداخت دیر هنگام مطالبات آنها از سازمان‌ها و شرکت‌های دولتی و زبانی که در این مورد نصیب آنها می‌شود. شرکت‌های دانش‌بنیان پس از پایان پروژه‌ها باید مدت زمان زیادی را در انتظار پرداخت مطالبات داشته باشند و با توجه به تورم مستمری که در کشور وجود دارد تا پرداخت‌ها صورت بگیرد شرکت‌ها بسیاری از ارزش پول خود را از دست می‌دهند. و شرکت‌ها در حال درجا زدن هستند و فرصتی برای ارتقا خود پیدا نمی‌کنند. این مسئله باعث بروز مشکلات جدی در جریان نقدینگی و تأمین منابع مالی برای انجام پروژه‌های بعدی می‌شود. شرکت‌ها برای تأمین هزینه‌های جاری، هزینه‌های تولید و هزینه‌های نیروی انسانی نیاز به سرمایه در گردش دارند تولید شرکت‌های دانش‌بنیان محدود است و این محدودیت منجر به بازار کوچک آنها و درآمد پایین شرکت‌ها شده است بنابراین شرکت‌ها نیاز به سرمایه در گردش دارند نبود منابع مالی کافی برای رشد، موجب می‌شود که شرکت‌ها در مسیر توسعه و گسترش فعالیت‌های خود محدود شوند. برخی از شرکت‌های دانش‌بنیان توانایی بازاریابی محصول ساخته شده به رغم نیازمندی در صنایع و همچنین داشتن فناوری مناسب، به بازار و گروه هدف نداشتند که این باعث شده بود میزان فروش آنها بسیار کم باشد و این میزان فروش کم پایداری شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار داده بود. مقوله‌های استخراج شده در باب شرایط زمینه‌ای مشتمل بر ۱- سرمایه بر بودن ساخت محصول، ۲- هزینه سربار تولید محصول اندک، ۳- تأمین نیازمندی‌های صنایع در خارج از استان، ۴- قوانین بوروکراتیک بانکی، ۵- دغدغه‌های درگیرکننده نخبگان علمی، بودند. ساخت کالا در شرکت‌های دانش‌بنیان به دلیل نیاز به انجام مراحل تحقیق و توسعه، ساخت چندباره محصول مانند نمونه آزمایشگاهی، نمونه نیمه صنعتی و در آخر نمونه صنعتی هزینه‌هایی را بر مجموعه شرکت‌های دانش‌بنیان تحمیل می‌کند که این امر می‌تواند فشارهای مالی بسیاری را به خصوص در شرایط اقتصادی نااطمینان و محدودیت دسترسی به منابع مالی به شرکت‌ها وارد کند و موجب کاهش توانایی این شرکت‌ها در تجاری‌سازی شود. همچنین برخی از شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در استان توانایی برطرف کردن برخی نیازهای صنایع استان را دارند اما شرکت‌های مادر در استان نیازهای فنی خود را از شرکت‌های خارج از استان تأمین می‌کنند. این مسئله نه تنها به افزایش هزینه‌های خود شرکت‌ها منجر می‌شود، بلکه موجب بروز وابستگی‌ها به شرکت‌های خارج از استان نیز می‌شود و در ضمن از رشد و توسعه شرکت‌های درون استان نیز جلوگیری می‌کند. سیستم و قوانین بانکی پیچیده و مقررات بوروکراتیک، به ویژه

در فرایند دریافت تسهیلات، یک مانع کلیدی برای رشد شرکت‌های دانش‌بنیان می‌باشد. این مشکلات باعث افزایش هزینه‌های تأمین مالی و تأخیر در اجرای پروژه‌های تحقیق و توسعه شود. مقوله‌های استخراج شده در باب شرایط مداخله‌گر عبارتند بودند از: ۱- ناتوانی شرکت‌ها در معرفی محصول ساخته شده، ۲- داشتن برنامه تخصصی منطبق با شرایط اقتصادی کشور، ۳- نداشتن معافیت مالیاتی برای شرکت‌های فناوری، بودند. برخی از شرکت‌های دانش‌بنیان و فناوری پس از ساخت محصول و به رغم آنکه محصولات از کیفیت و نوآوری لازم برخوردار است به دلیل نداشتن توانایی بازاریابی و تبلیغات نمی‌توانند محصول خود را به درستی معرفی و به بازار هدف عرضه کنند. و این مانع فروش و محروم ماندن شرکت از درآمد می‌شود. یکی از چالش‌های مهم برای شرکت‌های دانش‌بنیان این است که برنامه‌های آن‌ها برای اداره شرکت بدون در نظر گرفتن وضعیت اقتصادی خاص کشور تدوین می‌شود. این شرکت‌ها باید توانایی انطباق با شرایط اقتصادی متغیر کشور را داشته باشند. به‌طور مثال، مشکلاتی نظیر تورم، نوسانات ارزی و تغییرات سیاست‌های مالی از متغیرهای مهم اقتصادی در کشور ماست هر برنامه‌ای که این اصول را در خود نبیند می‌تواند منجر به ناکامی در پیشبرد اهداف شود. معافیت‌های مالیاتی برای شرکت‌های دانش‌بنیان معمولاً یکی از ابزارهای مهم حمایتی از این شرکت‌ها به شمار می‌آید. اما واحدهای فناوری از این امتیاز برخوردار نیستند و ما به ازای درآمدهایی که دارند باید مالیات متناسب با آن را بپردازند چون شرکت‌های فناوری مرحله ما قبل دانش‌بنیانی هستند و هنوز ثبات درآمدی ندارند این عدم معافیت مالیاتی می‌تواند فشار اقتصادی به این شرکت‌ها وارد کند و باعث شود تا منابع مالی محدود آن‌ها صرف پرداخت مالیات شود این مسئله به ویژه برای شرکت‌هایی که در مراحل اولیه رشد هستند، می‌تواند یک مانع جدی باشد. مقوله‌های استخراج شده در باب راهبردها عبارتند بودند از: ۱- وجود مراکز بلا استفاده دولتی در سطح شهرستان‌ها ۲- تعریف پلن‌های مختلف درآمدی ۳- تأمین مالی غیر تسهیلاتی ۴- ساخت محصول تقاضامند. برخی از شرکت‌ها دانش‌بنیان چون در ابتدای کار خود هستند و هنوز به درآمد نرسیده‌اند که مکان اختصاصی برای تولید خود داشته باشند دولت می‌تواند مکان‌هایی که بدون استفاده در شهرها دارد در اختیار این شرکت‌ها قرار دهد که علاوه بر مولد سازی شرکت‌ها، خود دولت نیز در قبال اجاره این مکان‌ها درآمدی نصیب خود کند. یکی از راهبردهای غلبه بر چالش‌های اقتصادی شرکت‌های دانش‌بنیان این است که شرکت‌ها برای خود پلن‌های درآمدی مختلف را تعریف کنند که معمولاً می‌توانند از تولید محصولات زیرمجموعه این کار را کنند. شرکت‌هایی که در تنگنا مالی قرار دارند باید سایر شیوه‌های تأمین مالی را برای خود به کار گیرند این امر می‌تواند شامل جذب سرمایه از طریق سرمایه‌گذاران خصوصی، سرمایه‌گذاران خطرپذیر، واگذاری سهام به افراد در ازای تزریق منابع مالی و ... را شامل شود این نوع تأمین مالی، وابستگی به نهادهای مالی از جمله بانک‌ها را کم می‌کند و فرایند بوروکراسی‌های اداری را از شرکت دور نگه می‌دارد. راهبردی مناسب دیگر شرکت‌ها باید به سمت تولید محصولاتی بروند که تقاضای بازار برای آنها وجود داشته باشد و پس از اتمام فرایند ساخت، مستقیم به مشتری تحویل خواهد شد. مقوله‌های استخراج شده در باب پیامدها عبارتند از: ۱- نوآوری‌های تکنولوژیک شرکت‌های دانش‌بنیان ۲- سقوط شرکت‌های خلاق به شرکت‌های خدماتی ۳- از بین بردن توانمندی تغییر شرکت‌ها در محیط. شرکت‌های دانش‌بنیان به دلیل استفاده از علم و فناوری نوین نقش مهمی در رشد و توسعه اقتصادی و فناوری کشورها دارند. اگر به این شرکت‌ها توجه نشود، این نوع نوآوری‌ها متوقف شود و کشور از رشد و پیشرفت در زمینه‌های فناوری جدید باز می‌ماند نوآوری‌هایی که می‌توانند به‌طور چشمگیری صنایع مختلف را متحول کنند. شرکت‌های دانش‌بنیان در ابتدا به عنوان شرکت‌های خلاق و نوآور شروع به فعالیت می‌کنند اما اگر

حمایت‌های لازم از این شرکت‌ها انجام نشود، به مرور زمان به شرکت‌های خدماتی ساده تبدیل شوند که فقط خدمات محدود ارائه می‌دهند. این کاهش در سطح خلاقیت و نوآوری می‌تواند توانایی این صنایع را در رقابت در بازار جهانی محدود کند. با توجه به احصاء چالش‌های فوق پیشنهاد‌های زیر ارائه می‌گردد.

- ضرورت و اهمیت فوری ثبات و آرامش بخشیدن به اقتصاد کشور توسط مسئولین مرتبط
- پرداخت به موقع مطالبات شرکت‌های دانش‌بنیان و واحدهای فناور توسط سازمان‌های دولتی.
- بهره‌گیری از کالاهای دانش‌بنیان ایرانی در پروژه‌های درون استانی.
- مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان برنامه‌های راهبردی با توجه به واقعیت‌های اقتصادی جامعه تهیه و اجرا کنند.
- دولت با اختصاص سرمایه نزد بانک‌ها، آنها را در زمینه تامین مالی پروژه‌های دانش‌بنیانی همراهی کند.
- شرکت‌ها در قراردادهای منعقد شده نوسانات ارزی و تورمی موجود در اقتصاد کشور را در نظر بگیرند.
- اصلاحات در سیاست‌های بانکی برای تسهیل دسترسی به تسهیلات و حمایت از تولید
- ارائه مشوق‌ها و تسهیلات لازم برای ورود سرمایه‌گذاران خطرپذیر در پروژه‌های دانش‌بنیانی
- کاهش مراحل بروکراسی اداری به‌منظور دریافت وام
- تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور.

## منابع

- اثنی عشری امیری، ابوالقاسم؛ ابوالحسنی هستیانی، اصغر؛ رنجبر فلاح، محمدرضا؛ شایگانی، بیتا؛ علی‌زاده کلاگر، سیدقربان (۱۳۹۸)، اثر حجم نقدینگی بر رشد اقتصادی در ایران (با رویکرد مدل پارامتر زمان متغیر)، پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، (۹(۳۵)، ۱۵-۳۴.
- اسدی، همایون؛ فتاحی، مجید؛ تقوایی، مریم (۱۴۰۳)، تبیین مدل تجاری‌سازی ایده‌های دانش‌بنیان در راستای ارتقای توانمندی‌های فناورانه در شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری، فصلنامه رشد فناوری، (۷۹) ۲۰، ۱-۱۰.
- اشراقی، علیرضا؛ میرعمادی، سیدایمان؛ وصال، محمد (۱۴۰۰). ارزیابی اثر سیاست‌های حمایتی بر گذار شرکت‌های دانش‌بنیان به مرحله رشد، فصلنامه سیاست علم و فناوری، (۱) ۱۴، ۳۷-۵۳.
- انتظاری، یعقوب (۱۳۹۷). تحلیل تأثیر دانشگاه بر توسعه منطقه‌ای در ایران. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی. جلد ۲۴ شماره ۲، ۱-۲۵.
- حراقی، مسعود؛ درویشی، علی؛ حراقی، مریم؛ صیادی، مریم (۱۴۰۳). بررسی معافیت‌های مالیاتی در قوانین و مقررات و ارائه پیشنهادها، فصلنامه تحلیل‌ها و اندیشه‌های اقتصادی، (۱) ۱، ۷۳-۹۶.
- حقیقی، میثم؛ مومنی‌نژاد، ناهید (۱۳۹۵). تحلیل و رتبه‌بندی روش‌های تامین مالی بانک‌ها با استفاده از ابزارهای تامین مالی بازار سرمایه: با رویکرد تحلیل سلسله مراتبی، فصلنامه علمی ترویجی اقتصاد و بانکداری اسلامی، (۱۷) ۱، ۷۷-۹۶.
- رضوانی، مهران؛ طغرابی، محمدتقی؛ مبارکی، محمدحسن؛ یداللهی فارسانی، جهانگیر (۱۳۹۶). مفهوم پردازی آمیزه بازاریابی در کسب و کارهای فرهنگی- هنری، چشم انداز مدیریت فرهنگی، (۱) ۱۶، ۷۳-۹۱.
- سلطانی، محمد؛ گهرسودفرد، نسیم (۱۳۹۶). سرمایه‌گذاری خطرپذیر و سهام ممتاز، فصلنامه بورس اوراق بهادار، (۳۷) ۳، ۱۲۵-۱۴۹.
- سیف، اله‌مراد؛ کمالی، روزبه؛ علی‌یاری، فرشاد (۱۴۰۱). نقش ثبات اقتصادی در الگوی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه مطالعات دفاعی استراتژیک، (۸۷) ۲۰، ۵۵-۸۰.
- شیرازی، حسین؛ هاشم‌زاده خوراسگانی، غلامرضا؛ رادفر، رضا؛ ترابی، تقی (۱۳۹۸). تأثیرقابلیت نوآوری بر عملکرد تجاری سازی فناوری شرکت‌های دانش بنیان با تأکید بر نقش میانجی نوآوری سازمانی، فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، (۵) ۲، ۸۱-۱۰۶.
- شیری، نعمت‌الله؛ مرادنژادی، همایون (۱۴۰۲). واکاوی موانع و مشکلات شرکت‌های دانش بنیان در استان ایلام، چشم انداز مدیریت بازرگانی، (۵۳) ۲۲، ۱۹۶-۲۲۸.
- صمدی، سعید (۱۳۹۲). مدیریت نوآوری در مواد غذایی، عوامل موفقیت مجموعه مقالات بیست و یکمین کنگره ملی علوم و صنایع غذایی، شیراز، ایران.
- صوفی، یوسف؛ میرابی، وحیدرضا؛ سرور، رحیم (۱۴۰۳). شناسایی عوامل موثر بر تجاری‌سازی محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری و مراکز رشد، (۴) ۴، ۲۴-۴۲.

- علاقه‌بند، علی (۱۳۸۶). مبانی نظری و اصول مدیریت آموزشی، تهران، انتشارات روان.
- فتحی، سعید؛ توکلی، سید یاسین (۱۳۸۸). بررسی ارتباط بین مدیریت سرمایه در گردش و عملکرد مالی بنگاه‌های اقتصادی، بررسی‌های بازرگانی، (۳۶)، ۱۰۴-۱۱۶.
- فلاح، وحید؛ عرب فیروزجاه، نادعلی؛ صفاریان همدانی، سعید (۱۳۹۹). ارائه مدلی جهت ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان با رویکرد تحلیل راهبردی SWOT، نشریه مدیریت علمی دانش سازمانی، (۸)، ۱۷۵-۲۰۵.
- کلاته، امیر (۱۳۸۴). برنامه‌ریزی استراتژیک، نشریه بصیرت و تربیت اسلامی، (۳)، ۲۰۹-۲۲۰.
- کوزر، لیوئیس (۱۳۹۳). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، انتشارات علمی.
- گلعلی زاده، محمدرضا؛ طباطبائیان، سید حبیب‌الله؛ زمردیان، غلامرضا (۱۴۰۰). شناسایی و دسته‌بندی چالش‌های تأمین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان در ایران، مدیریت نوآوری، (۴)، ۱۰-۲۷.
- میراحمدی، سید محمود؛ رشیدی، حسن (۱۳۹۳). تحریم و تاثیر آن بر کسب و کارها در ایران، مجله اقتصادی، (۳-۴)، ۲۷-۴۲.
- ناهید، مجتبی؛ زالی، محمدرضا (۱۳۸۹). بررسی تئوریک رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی، اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی، شیراز.
- وبر، ماکس (۱۳۷۱). اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری، ترجمه عبدالمعبود انصاری، تهران، انتشارات سمت.
- وبر، ماکس (۱۳۸۶). دین، قدرت، جامعه، ترجمه احمد تدین، تهران، انتشارات هرمس.

## References

- Ahn, M., Meeks, M. (2008) Building a conducive environment for life science-based entrepreneurship and industry clusters: *Journal of Commercial Biotechnology*, 14(1) 20–30.
- Andersson, M., Lindgren, R., Henfridsson, O.(2008).Architectural knowledge in Interorganizational IT Innovation. *Journal of Strategic Information Systems*, 17(1), 19-38.
- Apaka , S & Atayb, E.(2014). Global Innovation and Knowledge Management Practice in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Turkey and the Balkans, 10th International Strategic Management Conference, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 150 , Pp1260 – 1266.
- Blankesteyn, M., [Bossink](#), B., [van der Sijde](#), P.(2020). Science-based entrepreneurship education as a means for university-industry technology transfer, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17, 779-808.
- Browne, K. E & Milgram, B. L. (2009) *Economics and Morality* (eds.), Altamira Press.
- Deena, P., Gupta, M. (2021). A Study on Factors that contribute to the failure of startups. *International Journal of Aquatic*, 12( 2), 2634-2640.
- Elena, S., Roman, V., Ivana, K., Cakova, V., Rastislav, K. (2020). Knowledge Economy Indicators and Their Impact on the Sustainable Competitiveness of the EU Countries, *Sustainability*, 12(10), 1-22.
- Firmansyah Hakam, Dzikri. Imani Hakam, Lazuardi(2024). Sustainability in small and medium sized enterprises (SME) financing, *Development and Sustainability in Economics and Finance*
- Gasse. Y.(1985); A Strategy for the Promotion and Identification of Potential Entrepreneurs at the Secondary School Level; In P.D. Reynolds(ed), *Frontier of Entrepreneurship Research*, Washington: Babson college.
- Gupta, B. Iyer, L & Aronson, j(2000). Knowledge management: Practices and challenges, *Industrial Management & Data Systems*, Volume 100 Issue 1, Pp 1-15.
- Gurak, H. (1999), On productivity growth. *Yapı Kredi Economic Review*, 10(2), 87-95.
- Guruz, K. & Pak, N. K. (2004), Globalization, Knowledge Economy and Higher Education and National Innovation System: The case of Turkey. *World Bank Conference on Lifelong Learning and the Knowledge Economy*, Stuttgart.
- Hsu, C. H., Chang, A.Y., Luo, W. (2017). Identifying key performance factors for sustainability development of SMEs–integrating QFD and fuzzy MADM methods. *Journal of cleaner production*, 161, 629-645.
- Muscio, a. Quaglione, D. Ramaciotti, L. (2016) The effects of university rules on spinoff creation: The case of academia in Italy: *Research Policy* 45(7), 1386–1396
- Nada, N., Ghanem, M., Mesbah, S., Turkyilmaz, A. (2012), Innovation and knowledge management practice in Turkish SMEs, *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*, II(1), 248-265
- Pereira, L . Fernandes , A.Sempiterno, M . Dias, Á. Lopes da Costa, R .António , N (2021). Knowledge Management Maturity Contributes to Project-Based Companies in an Open Innovation Era, *Journal of Open Innovation: Technology Market and Complexity*,7(2), 1-11.
- Sum, N.L., Jessop, B. (2013). Competitiveness, the knowledge-based economy and higher education. *Journal of the Knowledge Economy*, 1(4), 24–44.
- Wildavsky B. (2010). *The Great Brain Race: How global universities are reshaping the World*. Princeton/Oxford: Princeton University Press.

