



Identifying Institutional Voids in the Development of Digital Entrepreneurship in the Context of Online Shopping Platforms

Ali Davari* 

Department of New Business, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
(Corresponding Author)
E-mail: ali_davari@ut.ac.ir

Amineh Zivari 

Department of Entrepreneurship Development, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
E-mail: a.zivari@ut.ac.ir

Vajihe Saraj 

Department of Technological entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
E-mail: vajihe.saraj@ut.ac.ir

ABSTRACT

Objective: The primary objective of this research is to identify and analyze the institutional voids that affect the development of digital entrepreneurship within the context of online shopping platforms in Iran. Institutional voids are defined as gaps in formal and informal structures, such as laws, regulations, social norms, and economic infrastructures, that can either hinder or facilitate entrepreneurial activities. This study seeks to understand how these voids impact the behavior and performance of digital entrepreneurs, particularly in the realm of e-commerce platforms. The focus of this research is on identifying factors such as legal weaknesses, lack of technological infrastructure, limitations in access to financial resources, and cultural-social barriers that can obstruct the growth of digital businesses. Furthermore, this study aims to provide solutions for improving the digital entrepreneurship ecosystem by examining these voids, which can assist policymakers, platform managers, and entrepreneurs in strengthening this domain. This research is particularly significant in emerging markets like Iran, which face unique institutional and economic challenges, and it seeks to contribute new insights to the existing literature on digital entrepreneurship and institutional theory.

Method: This research is qualitative in nature and was conducted with the aim of identifying institutional voids affecting the development of digital entrepreneurship within the context of online shopping platforms in Iran. Data were collected through semi-structured interviews with 12 digital entrepreneurs, who were selected using a snowball sampling method to achieve theoretical saturation. The data were analyzed using thematic analysis based on the approach of Braun and Clarke (2006). This method involved manual coding, categorizing codes, and extracting main and sub-themes, resulting in the identification of 9 main themes and 42 sub-themes related to institutional voids. To ensure validity, the researcher triangulation method and expert validation of codes were used. Reliability was also calculated using inter-coder agreement between two coders, which showed a reliability percentage of 82%. The interviews were recorded with the informed consent of the participants, and their identities were kept confidential to maintain anonymity. The thematic analysis provided an accurate identification of institutional challenges and offered deep insights into the barriers to digital entrepreneurship. The final model for the coherent representation of the identified codes was created using Atlas ti software.

Results: This study identified institutional voids affecting the development of digital entrepreneurship on online shopping platforms in Iran across three dimensions: regulatory, cognitive, and normative. These voids were categorized into three main groups:

1. Legal and Regulatory Voids: These include a lack of clear laws regulating e-commerce activities, absence of legal frameworks to protect intellectual property rights, tax and licensing issues, legal ambiguities, bureaucratic obstacles, monopolization by large companies, lack of tax transparency, and policymakers' unawareness of digital needs (with 8 sub-themes for Rule of Law Voids, 3 sub-themes

for competition and monopoly, 9 sub-themes for government policies and administrative procedures, and 4 sub-themes for political distance).

2. Infrastructural and Technological Voids: These involve low internet speed, limited access to advanced technologies, problems with online payment systems, shortage of skilled professionals, weak technical infrastructure, and lack of expertise among policymakers (with 4 sub-themes for lack of literacy and skills, 3 sub-themes for technological complexity, and 4 sub-themes for cognitive distance).

3. Cultural and Social Voids: These include cultural resistance to online shopping, lack of public trust in digital platforms, weak digital skills among consumers and entrepreneurs, bribery, and lack of administrative transparency (with 3 sub-themes for lack of transparency and corruption, and 4 sub-themes for cultural and social barriers).

These voids not only affect the performance of platforms but also influence entrepreneurs' behavior and strategic decision-making, leading some entrepreneurs to rely on informal networks and personal relationships to fill these gaps. These challenges increase transaction costs, reduce trust, and limit innovation, thereby hindering the growth of digital entrepreneurship.

Conclusion: This study identified key institutional voids that impact digital entrepreneurship within online shopping platforms in Iran. Utilizing thematic analysis of interviews with digital entrepreneurs, the research revealed significant challenges across three dimensions. Regulatory voids, such as ambiguous laws and bureaucratic hurdles, increase transaction costs and reduce entrepreneurs' confidence. Cognitive voids, including a lack of digital skills and inadequate technological infrastructure, limit the exploitation of digital opportunities. Furthermore, normative voids, like social resistance to digital businesses and corruption, undermine public trust and operational efficiency. Collectively, these voids hinder the growth and sustainability of digital entrepreneurship in the studied context. The findings emphasize the necessity of targeted institutional reforms to create a supportive environment for digital entrepreneurs, enabling them to better address local challenges in Iran. Additionally, this research provides practical solutions for policymakers to reduce the gap between industry actors and decision-makers, thereby strengthening the digital entrepreneurship ecosystem.

Keywords: *Institutional voids, digital entrepreneurship, online shopping platforms, thematic analysis.*

Cite this article: Davari, A., Zivari, A., Saraj, V., (2026). Identifying institutional voids in the development of digital entrepreneurship in the context of online shopping platforms. *Journal of Entrepreneurship Development*, 19 (1). 120-144. DOI : <http://doi.org/10.22059/JED.2026.393799.654515> (In Persian)

Received: 2025-06-08; **Revised:** 2025-10-25; **Accepted:** 2026-01-24 **Published online:** 2026-05-17

© The Author (s). **Article type:** Research **Publisher:** University of Tehran Press.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JED.2026.393799.654515>

Ethical Considerations

The authors avoided data fabrication, falsification, plagiarism, and misconduct.

Funding

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Conflict of Interest

The authors declare no conflict of interest.



شناسایی خلأهای نهادی در توسعه کارآفرینی دیجیتال در بستر پلتفرم‌های خرید آنلاین

علی داوری* 


نویسنده مسئول، گروه کسب و کار جدید، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

رایانامه: ali_davari@ut.ac.ir

امینه زیوری 

گروه توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

رایانامه: a.zivari@ut.ac.ir

وجیهه سراج 

گروه کارآفرینی فناورانه، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

رایانامه: vajihe.saraj@ut.ac.ir

چکیده

هدف: هدف اصلی این پژوهش شناسایی و تحلیل خلأهای نهادی است که بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در بستر پلتفرم‌های خرید آنلاین در ایران تأثیر می‌گذارد. خلأهای نهادی به‌عنوان شکاف‌هایی در ساختارهای رسمی و غیررسمی، مانند قوانین، مقررات، هنجارهای اجتماعی و زیرساخت‌های اقتصادی، تعریف می‌شوند که می‌توانند مانع یا تسهیل‌کننده فعالیت‌های کارآفرینانه باشند. این مطالعه به دنبال درک این موضوع است که چگونه این خلأها بر رفتار و عملکرد کارآفرینان دیجیتال، به‌ویژه در زمینه پلتفرم‌های تجارت الکترونیک، تأثیر می‌گذارد. تمرکز این پژوهش بر شناسایی عواملی مانند: ضعف‌های قانونی، کمبود زیرساخت‌های فناوری، محدودیت‌های دسترسی به منابع مالی و موانع فرهنگی-اجتماعی است که می‌توانند مانع رشد کسب‌وکارهای دیجیتال شوند. علاوه بر این، این مطالعه قصد دارد با بررسی این خلأها، راهکارهایی برای بهبود اکوسیستم کارآفرینی دیجیتال ارائه دهد که بتواند به سیاست‌گذاران، مدیران پلتفرم‌ها و کارآفرینان در جهت تقویت این حوزه کمک کند. این پژوهش به‌ویژه در زمینه بازارهای نوظهور مانند ایران، که با چالش‌های نهادی و اقتصادی منحصربه‌فردی مواجه هستند، اهمیت دارد و می‌کوشد تا با ارائه دیدگاه‌های جدید، به ادبیات موجود در زمینه کارآفرینی دیجیتال و نظریه نهادی کمک کند.

روش: این پژوهش از نوع کیفی و از نوع تحلیل تم بوده و با هدف شناسایی خلأهای نهادی مؤثر بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در بستر پلتفرم‌های خرید آنلاین در ایران انجام شد. برای جمع‌آوری داده‌ها، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۲ کارآفرین دیجیتال استفاده شد که با روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند تا اشباع نظری حاصل شود. داده‌ها با استفاده از تحلیل تماتیک بر اساس رویکرد براون و کلارک (۲۰۰۶) تحلیل شدند. این روش شامل کدگذاری دستی، دسته‌بندی کدها، و استخراج تم‌های اصلی و فرعی بود که به شناسایی ۹ تم اصلی و ۴۲ تم فرعی مرتبط با خلأهای نهادی منجر شد. برای اطمینان از روایی، از روش سه‌سویه‌نگری پژوهشگر و تأیید کدها توسط خبره استفاده شد. پایایی نیز با روش توافق درون‌موضوعی بین دو کدگذار محاسبه شد که درصد پایایی ۸۲٪ را نشان داد. مصاحبه‌ها با رضایت آگاهانه شرکت‌کنندگان ضبط و برای حفظ محرمانگی، هویت آن‌ها مخفی نگه داشته شد. تحلیل تماتیک امکان شناسایی دقیق چالش‌های نهادی و ارائه بینش‌های عمیق در مورد موانع کارآفرینی دیجیتال را فراهم کرد. و درنهایت مدل نهایی برای نمایش منسجم کدهای شناسایی شده با استفاده از نرم‌افزار Atlas Ti رسم شد.

یافته‌ها: این پژوهش خلأهای نهادی مؤثر بر توسعه کارآفرینی دیجیتال در بستر پلتفرم‌های خرید آنلاین در ایران را در سه بعد نظارتی، شناختی و هنجاری شناسایی کرد. این خلأها به سه دسته اصلی تقسیم شدند: (۱) خلأهای قانونی و نظارتی، شامل کمبود قوانین مشخص برای تنظیم فعالیت‌های تجارت الکترونیک، نبود چارچوب‌های حقوقی برای حمایت از حقوق مالکیت معنوی، مشکلات مالیاتی و مجوزها، ابهام در قوانین، موانع بروکراتیک، انحصار شرکت‌های بزرگ، عدم شفافیت مالیاتی، و ناآگاهی سیاست‌گذاران از نیازهای دیجیتال (با ۸ تم فرعی برای خلأهای حاکمیت قانون، ۳ تم فرعی برای رقابت و انحصار، ۹ تم فرعی برای سیاست‌های دولتی و تشریفات اداری، و ۴ تم فرعی برای فاصله سیاسی)؛ (۲) خلأهای زیرساختی و فناوری، شامل سرعت پایین اینترنت، کمبود دسترسی به

فناوری‌های پیشرفته، مشکلات سیستم‌های پرداخت آنلاین، کمبود نیروی متخصص، ضعف زیرساخت‌های فنی، و عدم تخصص سیاست‌گذاران (با ۴ تم فرعی برای کمبود سواد و مهارت، ۳ تم فرعی برای پیچیدگی فناوری، و ۴ تم فرعی برای فاصله شناختی)؛ (۳) خلأهای فرهنگی و اجتماعی، شامل مقاومت فرهنگی نسبت به خرید آنلاین، کمبود اعتماد عمومی به پلتفرم‌های دیجیتال، ضعف مهارت‌های دیجیتال میان مصرف‌کنندگان و کارآفرینان، رشوه‌خواری، و عدم شفافیت اداری (با ۳ تم فرعی برای عدم شفافیت و فساد، و ۴ تم فرعی برای موانع فرهنگی و اجتماعی). این خلأها نه تنها بر عملکرد پلتفرم‌ها تأثیر می‌گذارند، بلکه بر رفتار کارآفرینان و تصمیم‌گیری‌های استراتژیک آن‌ها نیز اثر دارند، به طوری که برخی کارآفرینان برای پر کردن این خلأها به شبکه‌های غیررسمی و روابط شخصی متوسل شده‌اند. این چالش‌ها با افزایش هزینه‌های معاملاتی، کاهش اعتماد، و محدود کردن نوآوری، مانع رشد کارآفرینی دیجیتال می‌شوند.

نتیجه: این مطالعه خلأهای نهادی کلیدی را که بر کارآفرینی دیجیتال در پلتفرم‌های خرید آنلاین در ایران تأثیر می‌گذارد، شناسایی کرد. با استفاده از تحلیل تماتیک مصاحبه‌ها با کارآفرینان دیجیتال، تحقیق چالش‌های قابل توجهی را در سه بعد نشان داد. خلأهای تنظیمی، مانند قوانین مبهم و موانع بوروکراتیک، هزینه‌های معاملاتی را افزایش داده و اعتماد کارآفرینان را کاهش می‌دهند. خلأهای شناختی، شامل کمبود مهارت‌های دیجیتال و زیرساخت‌های ناکافی فناوری، بهره‌برداری از فرصت‌های دیجیتال را محدود می‌کنند. همچنین، خلأهای هنجاری، مانند مقاومت اجتماعی در برابر کسب‌وکارهای دیجیتال و فساد، اعتماد عمومی و کارایی عملیاتی را تضعیف می‌کنند. این خلأها به طور جمعی رشد و پایداری کارآفرینی دیجیتال در زمینه مورد مطالعه را مختل می‌کنند. یافته‌ها بر ضرورت اصلاحات نهادی هدفمند برای ایجاد یک محیط حمایتی برای کارآفرینان دیجیتال تأکید می‌کنند تا کارآفرینان بتوانند با چالش‌های بومی در ایران مقابله کنند. همچنین این پژوهش راهکارهای عملی برای سیاست‌گذاران ارائه می‌دهد تا فاصله بین فعالان حوزه و تصمیم‌گیران کاهش یابد و اکوسیستم کارآفرینی دیجیتال تقویت شود.

کلیدواژه‌ها: خلأهای نهادی، کارآفرینی دیجیتال، پلتفرم‌های خرید آنلاین، تحلیل تم.

استناد به این مقاله: داوری، علی، زبوری، امینه و سراج، وجیه. (۱۴۰۵). شناسایی خلأهای نهادی در توسعه کارآفرینی دیجیتال در بستر پلتفرم‌های خرید آنلاین. توسعه کارآفرینی. ۱۹(۱)، ۱۴۴-۱۲۰. DOI: http://doi.org/10.22059/JED.2026.393799.654515

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۱۸؛ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۸/۰۳؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۱/۰۴؛ تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۲/۲۷
 © نویسندگان. نوع مقاله: پژوهشی
 ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.



۱. مقدمه

با توجه به گسترش فناوری‌های دیجیتال و ظهور پلتفرم‌های خرید آنلاین، کارآفرینی دیجیتال به‌عنوان یک فرصت مهم برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در کشورهای در حال توسعه مطرح شده است (کیمیت و همکاران^۱، ۲۰۱۹؛ کریستنسن و همکاران^۲، ۲۰۱۰). این نوع از کارآفرینی می‌تواند به کاهش فقر و توسعه اقتصادی کمک کند (سی و همکاران^۳، ۲۰۲۰؛ ساتر و همکاران^۴، ۲۰۱۹). با این حال، وجود خلأهای نهادی می‌تواند مانعی جدی در مسیر موفقیت این کارآفرینان باشد، زیرا دسترسی به زیرساخت‌های مالی، نهادهای تنظیم‌گر و سازوکارهای قانونی کارآمد در بسیاری از این کشورها محدود است (گوئل و کری^۵، ۲۰۲۰).

محیط نهادی نقش کلیدی در شکل‌گیری تصمیمات و اقدامات استراتژیک شرکت‌ها ایفا می‌کند (پنگ^۶، ۲۰۰۳؛ رایت و همکاران^۷، ۲۰۰۵). در یک اقتصاد کارآمد، نهادهای حمایتی بازار به‌عنوان پایه‌ای برای رشد و توسعه کسب‌وکارها عمل می‌کنند. با این حال، در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، نهادهای حمایتی بازار ناکافی بوده و خلأهای نهادی را به وجود می‌آورند که عملکرد کسب‌وکارها را مختل می‌کند (خانا و پالپو^۸، ۱۹۹۷، ۲۰۱۰). این خلأهای نهادی هزینه‌های معاملاتی را افزایش داده و چالش‌هایی را برای شرکت‌ها ایجاد می‌کنند، به ویژه در بازارهای نوظهور که این مشکلات بیشتر به چشم می‌خورد.

خلأهای نهادی به‌عنوان عدم وجود یا ناکارآمدی نهادهای حمایتی بازار تعریف می‌شوند که برای تسهیل معاملات اقتصادی ضروری هستند. این خلأها به‌ویژه در اقتصادهای نوظهور، که زیرساخت‌های نهادی اغلب ضعیف‌تر از کشورهای توسعه‌یافته است، پایدارتر و برجسته‌تر هستند (خانا و پالپو، ۲۰۱۰). در زمینه کارآفرینی دیجیتال، این خلأها می‌توانند شامل نبود زیرساخت‌های فناوری (مانند شبکه‌های فیبر نوری)، کمبود مؤسسات مالی دیجیتال، فقدان نهادهای نظارتی کارآمد، یا ناکافی بودن مکانیزم‌های داوری آنلاین باشند. چنین چالش‌هایی نه تنها مانعی برای ورود کارآفرینان به بسترهای خرید آنلاین ایجاد می‌کنند، بلکه توانایی آن‌ها را برای رقابت و پایداری در این فضا محدود می‌سازند (گوئل و کری، ۲۰۲۰).

پلتفرم‌های خرید آنلاین به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای کسب‌وکار دیجیتال در اقتصادهای نوظهور شناخته شده‌اند. این پلتفرم‌ها فرصت‌های گسترده‌ای برای کسب‌وکارهای کوچک و کارآفرینان فراهم می‌کنند، اما در عین حال با چالش‌های نهادی متعددی نیز مواجه هستند. در این راستا، پلتفرم‌های خرید آنلاین می‌توانند به‌عنوان بستری برای نوآوری و دسترسی به بازارهای جدید عمل کنند، اما موفقیت آن‌ها در گرو غلبه بر خلأهای نهادی است که در بسیاری از اقتصادهای نوظهور وجود دارد (گوویندراجان و رامورتی^۹، ۲۰۱۱).

تحقیقات پیشین نشان داده‌اند که در اقتصادهای توسعه‌یافته، تبادل باز با اکوسیستم و حمایت از شرکای شبکه می‌تواند نوآوری و رفتار کارآفرینانه را تقویت کند (وراند و همکاران^{۱۰}، ۲۰۰۹؛ الیا و همکاران^{۱۱}، ۲۰۲۰). اما در اقتصادهای

1. Kimmitt et al
2. Christensen et al
3. Sutter et al
4. Si et al
5. Goel & Karri
6. Peng
7. Wright et al
8. Khanna & Palepu
9. Govindarajan & Ramamurti
10. Elia et al
11. Vrande et al

نوظهور، که خلأهای نهادی برجسته‌تر هستند، مشخص نیست که آیا چنین مکانیزم‌هایی به همان اندازه مؤثرند یا خیر. به‌علاوه، هنجارهای فرهنگی می‌توانند بر اثربخشی حمایت‌های شبکه‌ای تأثیر بگذارند و این تأثیر ممکن است در کشورهای مختلف متفاوت باشد (لیون و همکاران^۱، ۲۰۰۰). در زمینه پلتفرم‌های خرید آنلاین، که تعاملات دیجیتال و اعتماد به سیستم‌های نهادی از اهمیت بالایی برخوردار است، این خلأها می‌توانند به کاهش انگیزه کارآفرینان و ناکارآمدی فعالیت‌هایشان منجر شوند.

با این حال، درک ما از چگونگی تأثیر این خلأها بر کارآفرینی دیجیتال و راهکارهای جبران آن‌ها هنوز محدود است (براتون و همکاران^۲، ۲۰۰۸). خلأهای نهادی همچون فقدان نهادهای مالی مناسب، عدم وجود چارچوب‌های قانونی شفاف، کمبود نهادهای استانداردها و گواهی کیفیت، و ضعف در زیرساخت‌های دیجیتال، از جمله مهم‌ترین موانعی هستند که کارآفرینان دیجیتال در این حوزه با آن روبه‌رو می‌شوند (خانا و پالپو، ۲۰۱۰). این چالش‌ها در حوزه کارآفرینی دیجیتال، به‌ویژه در بستر پلتفرم‌های خرید آنلاین، به دلیل وابستگی شدید این فعالیت‌ها به زیرساخت‌های دیجیتال و سیستم‌های نهادی کارآمد، تشدید می‌شوند. برای مثال، نبود دسترسی به اینترنت پرسرعت، کمبود خدمات پرداخت الکترونیکی ایمن، یا ضعف در قوانین حفاظت از داده‌ها می‌تواند توانایی کارآفرینان برای بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در این پلتفرم‌ها را محدود کند (آدرتچ و همکاران^۳، ۲۰۱۵). این خلأها باعث افزایش هزینه‌های معاملاتی، کاهش اعتماد مشتریان و در نهایت کاهش بهره‌وری و سودآوری شرکت‌ها می‌شوند.

با وجود پیشرفت‌های قابل توجه در تحقیقات کارآفرینی دیجیتال و نقش پلتفرم‌های خرید آنلاین در اقتصادهای نوظهور، همچنان شکاف‌های نظری قابل توجهی در این حوزه باقی مانده است که نیاز به بررسی عمیق‌تر دارند. اولاً، اغلب مطالعات پیشین درباره خلأهای نهادی بر اقتصادهای توسعه‌یافته متمرکز بوده‌اند (مانند ورنانده و همکاران، ۲۰۰۹؛ الیا و همکاران، ۲۰۲۰)، در حالی که ویژگی‌های خاص اقتصادهای نوظهور، از جمله ناپایداری نهادی، تنوع فرهنگی و محدودیت‌های زیرساختی، کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند (خانا و پالپو، ۲۰۱۰؛ گوئل و کری، ۲۰۲۰). این موضوع در کارآفرینی دیجیتال، که به شدت به زیرساخت‌های فناوری و نهادهای نظارتی وابسته است، اهمیت ویژه‌ای دارد. همچنین، بررسی ادبیات نشان می‌دهد که پژوهش‌های موجود درباره شرکت‌های پلتفرمی به‌عنوان کارآفرینان دیجیتال، عمدتاً بر کشورهای توسعه‌یافته غربی (شمال جهانی) متمرکز داشته‌اند، در حالی که تحقیقات محدودی به شناسایی خلأهای نهادی کارآفرینی دیجیتال بر بستر پلتفرم‌ها در بازارهای کشورهای در حال توسعه پرداخته‌اند (هیکس و همکاران، ۲۰۲۱). این عدم تعادل در تمرکز پژوهشی، ضرورت بررسی دقیق‌تر و هدفمند این حوزه در اقتصادهای نوظهور را برجسته می‌کند.

دوماً، اگرچه خلأهای نهادی به‌عنوان موانع کلیدی در کارآفرینی دیجیتال شناسایی شده‌اند (کائو و شی^۴، ۲۰۲۱؛ سارکار و همکاران^۵، ۲۰۲۲)، اما بررسی دقیق تأثیر این خلأها بر پلتفرم‌های خرید آنلاین با استفاده از چارچوب‌های چندبعدی، مانند: تقسیم‌بندی خلأهای نهادی به ابعاد نظارتی، هنجاری و شناختی (اسکات، ۱۹۹۵؛ لیدونگ و همکاران^۶، ۲۰۲۰)، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. بسیاری از مطالعات موجود یا به‌صورت کلی به خلأهای نهادی پرداخته‌اند (خانا و

1. Lyon
2. Bruton et al
3. Audretsch et al
4. Cao & Shi
5. Sarkar et al
6. Lidoung et al

پالپو، ۲۰۰۶) یا بر یک بعد خاص، مانند خلأهای نظارتی، تمرکز کرده‌اند (مایر و مارتی^۱، ۲۰۰۹)، بدون اینکه تعامل بین این ابعاد و تأثیرات ترکیبی آن‌ها بر کارآفرینان دیجیتال بررسی شود. سوماً، پژوهش‌های پیشین عمدتاً به صورت نظری به تحلیل خلأهای نهادی پرداخته‌اند (لیدونگ و همکاران، ۲۰۲۰) و مطالعات تجربی که به طور خاص تأثیر این خلأها را در بستر پلتفرم‌های خرید آنلاین در اقتصادهای نوظهور بررسی کنند، بسیار محدود هستند.

از سوی دیگر یکی از موارد تاثیرگذار و مورد توجه در پژوهش‌ها ویژگی‌های اقتصادی، سیاسی و بویژه نهادی حاکم بر زمینه است. بنابراین خلأهای شناسایی شده ممکن است از کشوری به کشو دیگر متفاوت باشد. از این رو با بررسی ادبیات داخلی موجود در این حوزه به کمبود یا نبود مطالعاتی همانند این مطالعه در ادبیات را می‌توان درک کرد. این مطالعه با هدف پر کردن شکاف‌های نظری مذکور، چندین نوآوری کلیدی را ارائه می‌دهد: تمرکز بر ابعاد سه‌گانه خلأهای نهادی: این پژوهش با بهره‌گیری از چارچوب اسکات (۱۹۹۵) و لیدونگ و همکاران^۲ (۲۰۲۰)، خلأهای نهادی را در سه بعد نظارتی، هنجاری و شناختی بررسی می‌کند. این رویکرد چندبعدی امکان درک عمیق‌تری از نحوه تأثیرگذاری خلأهای نهادی بر کارآفرینی دیجیتال در بستر پلتفرم‌های خرید آنلاین را فراهم می‌کند و به تحلیل تعاملات بین این ابعاد می‌پردازد. این نوآوری به‌ویژه در اقتصادهای نوظهور، که خلأهای نهادی پیچیده‌تر هستند، ارزشمند است. بررسی تجربی در اقتصادهای نوظهور: برخلاف بسیاری از مطالعات پیشین که به صورت نظری انجام شده‌اند (لیدونگ و همکاران، ۲۰۲۰)، این پژوهش به صورت تجربی به بررسی تأثیر خلأهای نهادی بر کارآفرینی دیجیتال در اقتصادهای نوظهور می‌پردازد. این رویکرد امکان ارائه شواهد واقعی از چالش‌ها و راهکارهای کارآفرینان دیجیتال در این زمینه را فراهم می‌کند.

باتوجه به موارد بیان شده، مطالعه حاضر درخصوص پاسخ به این سوال است که چه خلأهای نهادی بر کارآفرینی دیجیتال در بستر پلتفرم‌های خرید آنلاین تأثیر می‌گذارند. و در این راستا تمرکز مطالعه بر سه بعد خلأهای نهادی خلأهای نهادی سه بعد نظارتی، شناختی و هنجاری با پیروی از مقاله از لیدونگ و همکاران (۲۰۲۰) مورد بررسی قرار می‌گیرد که بدنبال پر کردن شکاف موجود در ادبیات موجود در حوزه نهاد و همچنین ادبیات کارآفرینی دیجیتال است. درنهایت پیشنهاداتی برای سیاست‌گذاران و پژوهشگران در این حوزه ارائه می‌شود.

۲. مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱.۲. کارآفرینی دیجیتال و پلتفرم‌های آنلاین

کارآفرینی دیجیتال به‌عنوان یک عامل مهم در دموکراتیزه شدن کارآفرینی شناخته می‌شود (دی و همکاران^۳، ۲۰۱۷) و به معنای تطابق کارآفرینی سنتی با روش‌های نوین در عصر دیجیتال است (لی‌دین و همکاران^۴، ۲۰۱۸). این نوع کارآفرینی به کارآفرینان امکان دسترسی بیشتر به ایده‌ها، مشتریان و منابع را می‌دهد (نامبیسان^۵، ۲۰۱۷) و از طریق رسانه‌های دیجیتال و فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات فرصت‌های جدیدی را ایجاد می‌کند (دیویدسون و وست^۶، ۲۰۱۰). ادغام جوامع آنلاین و رسانه‌های اجتماعی با محصولات دیجیتال، مرزهای فعالیت‌های کارآفرینی را کاهش

1. Mair & Marti
2. Liedong et al
3. Dy et al
4. Le Dinh et al
5. Nambisan
6. Davidson and Vaast

می‌دهد و مشارکت گروه‌های حاشیه‌ای را تسهیل می‌کند (کورتی و همکاران^۱، ۲۰۱۴). پلتفرم‌های آنلاین نیز به‌عنوان چارچوب‌های اجتماعی عمل کرده و ارتباط بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان را تسهیل می‌کنند (پارکت و همکاران^۲، ۲۰۱۶). تغییرات فناوری نه تنها رشد اقتصادی را تحریک می‌کند بلکه نیاز به تحول در نهادها و ساختارهای اقتصادی را نیز ایجاد می‌کند (ارنکوویست^۳، ۲۰۱۵). در نتیجه، کارآفرینی دیجیتال نه تنها فرصت‌های نوآوری را فراهم می‌کند، بلکه به تغییرات بنیادین در ساختارهای اقتصادی و نیاز به انطباق نهادها با تحولات جدید نیز منجر می‌شود.

۲.۲. نهاد و خالاهای نهادی

نهادها به‌عنوان ساختارهای کلیدی در زندگی اجتماعی، تعاملات انسانی را بر اساس قوانین رسمی و غیررسمی سازمان‌دهی می‌کنند. هاجسون^۴ (۲۰۰۶) نهادها را سیستم‌های قوانین اجتماعی می‌داند که رفتارهای اجتماعی را شکل می‌دهند و شامل زبان، پول، قوانین و آداب و رسوم می‌شوند. دوام نهادها به ایجاد انتظارات پایدار از رفتار دیگران بستگی دارد و آن‌ها هم رفتار را محدود و هم فعال می‌کنند. نورث^۵ (۱۹۹۱) نهادها را قواعد بازی تعریف می‌کند که شامل قوانین رسمی و غیررسمی هستند و بر ساختار مشوق‌ها و عملکرد اقتصادی تأثیر می‌گذارند. نهادها معمولاً به سه رکن تنظیمی، هنجاری و فرهنگی-شناختی تقسیم می‌شوند (اسکات^۶، ۱۹۹۵، ۲۰۰۸). فقدان نهادهای قوی می‌تواند کیفیت و کارایی نهادها تأثیر قابل توجهی بر دسترسی به منابع، هزینه‌های معاملاتی و فعالیت‌های کارآفرینی دارد. خالاهای نهادی بر ناکارآمدی‌های ناشی از کمبود مکانیزم‌های اجرایی و سیستم‌های نظارتی تأکید می‌کند که این کمبودها می‌تواند هزینه‌های راه‌اندازی را افزایش داده و رشد اقتصادی را محدود کند (جیننگز و براش، ۲۰۱۳؛ واندر هیدت، ۲۰۲۰)، (جیننگز و براش^۷، ۲۰۱۳؛ واندر هیدت^۸، ۲۰۲۰). ضعف محیط‌های نهادی به‌عنوان عدم وجود نهادهای رسمی تعریف می‌شود که منجر به شکل‌گیری خالاهای نهادی می‌شود (خانا و پالپو، ۲۰۰۶). خالاهای نهادی به عدم وجود مؤسسات خدمات مالی، زیرساخت‌های پردازش داده‌ها و ناکارآمدی در اجرای قوانین و مقررات اشاره دارند (خانا و پالپو، ۲۰۱۰). بعبارت دیگر خالاهای نهادی به‌عنوان ناتوانی نهادها در حمایت از معاملات بازار تعریف می‌شوند (مایر و مارتی، ۲۰۰۹؛ مایر و همکاران^۹، ۲۰۱۲) و با «عدم وجود واسطه‌های متخصص، سیستم‌های نظارتی و مکانیزم‌های اجرای قرارداد» مشخص می‌شوند (خانا و پالپو، ۲۰۰۶). این مشکلات توانایی کارآفرینان را برای بهره‌برداری از فرصت‌های بازار محدود می‌کند (هاسکیسون و همکاران^{۱۰}، ۲۰۰۰).

با توجه به ادبیات موجود در زمینه خالاهای نهادی بین سه نوع خالاً تمایز قائل می‌شوند: خالاهای نظارتی، هنجاری و شناختی. این تمایز به محققان کمک می‌کند تا از یک دیدگاه تجمیع‌شده به سمت یک دسته‌بندی دقیق‌تر حرکت کنند (لیدونگ و همکاران، ۲۰۲۰). به گفته لیدونگ و همکاران (۲۰۲۰)، این خالاهای نهادی می‌توانند یکدیگر را تقویت کنند؛ به‌عنوان مثال، ضعف‌های نظارتی ممکن است منجر به هنجارهای غیراخلاقی شوند و بالعکس. این رویکرد به درک بهتر روابط بین خالاهای نهادی و تعهد منابع کمک می‌کند و چارچوبی جامع ارائه می‌دهد که ابعاد نظری و مکانیزم‌ها

1. Corti et al
2. Parket et al
3. Ernkvist
4. Hodgson
5. North
6. Scott
7. Jennings & Brush
8. Von der Heydte
9. Mair et al
10. Hoskisson et al

را شامل می‌شود. در خصوص تأثیر خلأهای نهادی بر کارآفرینی، کائو و شی (۲۰۲۱) خلأهای نهادی را به‌عنوان موانع کلیدی برای کارآفرینان شناسایی کردند، در حالی که سارکار و همکاران (۲۰۲۲) بر این نکته تأکید کردند که این خلأها می‌توانند در زمان بحران فرصت‌هایی را ایجاد کنند. امینی سده و همکاران^۱ (۲۰۲۲) نیز نشان دادند که شایستگی‌های کارآفرینانه می‌توانند تأثیر منفی خلأهای نهادی را کاهش دهند. ورود کارآفرینی به زمینه‌ای با خلأهای نهادی معمولاً کیفیت کمتری دارد و بیشتر به سمت ورودهای مبتنی بر ضرورت تمایل دارد (رینولدز و همکاران، ۲۰۰۲).

در اقتصادهای نوظهور، خلأهای نهادی می‌توانند پیشرفت توسعه را مختل کنند زیرا عدم قطعیت در زمینه نهادی کارآفرینی را محدود می‌کند (سینگ و گوور^۲، ۲۰۱۸). با این حال، برخی تحقیقات نشان می‌دهند که پایین بودن سطح نهادینه‌سازی می‌تواند فرصت‌هایی برای کارآفرینان ایجاد کند تا با فعالیت‌های خود این خلأها را پر نمایند (تریسی و فلیس^۳، ۲۰۱۱). در نهایت، کارآفرینان به دنبال راه‌هایی برای حل مشکلات نهادی و بهره‌برداری از عدم قطعیت‌های نهادی هستند (دی ماجیو و پاول^۴، ۱۹۹۸؛ دی ماجیو و ذاکر^۵، ۱۹۸۳).

۳.۲. خلأهای نهادی، کارآفرینی دیجیتال و پلتفرم‌ها

ادبیات گذشته و مطالعات پیشین شرکت‌های پلتفرمی را به‌عنوان کارآفرینان نهادی شناسایی کرده است که ممکن است نهادهای جدیدی ایجاد کنند یا بر نهادهای موجود تأثیر بگذارند (هینینگز و همکاران^۶، ۲۰۱۸؛ یوزونکا و همکاران^۷، ۲۰۱۸؛ بون و همکاران^۸، ۲۰۱۹). هنرکسون^۹ (۲۰۱۷) بیان می‌کند که وقتی کارآفرینان با خلأهای نهادی مواجه می‌شوند چند راه را می‌توانند در پیش بگیرند؛ انتخاب می‌کنند که به چارچوب نهادی پایبند بمانند، از آن دوری کنند یا آن را تغییر دهند. کارآفرینان دیجیتال احتمالاً اقداماتی را انجام می‌دهند که از نهادها دوری کنند یا آنها را تغییر دهند زیرا تکنولوژی بصورت نمایی تغییر می‌کند ولی سیستم‌های اجتماعی، اقتصادی و قانونی بصورت تدریجی تغییر می‌کنند (داونز^{۱۰}، ۲۰۰۹). مطالعات مختلف دیگری نشان داده‌اند که ارتباط بین پلتفرم‌های اقتصاد گیگ و حذف یا عدم وجود نهادها را نشان دهند آنها استدلال می‌کنند که پلتفرم‌ها به مشتریان این امکان را می‌دهند که اغلب بصورت مجازی، عواملی مانند مقررات بازار کار و توافقات موجود در خصوص سطح دستمزد را دور بزنند (بیرپوت و لامبرگتس^{۱۱}، ۲۰۱۵؛ مالیک و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۷).

بحث دیگری که در خصوص پلتفرم‌ها می‌توان اشاره کرد مربوط به نهادسازی کسب و کارهای پلتفرمی است که این‌ها بطور ویژه با خود پلتفرم دیجیتال مرتبط هستند. در ادبیات مربوط به این حوزه نهادهای مرتبط با پلتفرم را می‌توان در دو دسته تقسیم‌بندی کرد: نهادهای مرتبط با معماری پلتفرم و نهادهای حاکمیتی و قوانین (کانستینیدس و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۸؛ پارتاساراتی و ماتیلال^{۱۴}، ۲۰۱۹).

1. Amini Sedeh et al
2. Singh & Gaur
3. Tracey & Phillips
4. DiMaggio & Powell
5. DiMaggio & Zucker
6. Hinings et al
7. Uzunca et al
8. Boon et al
9. Henrekson
10. Downes
11. Beerepoot & Lambregts
12. Malik et al
13. Constantinides et al
14. Parthasarathy & Matilal

محققان دیجیتالی شدن را به‌عنوان ابزاری برای شرکت‌ها در نظر گرفته‌اند که می‌خواهند با چالش‌هایی که در یک محیط نهادی وجود دارد، مقابله کنند (مک‌آدام و همکاران، ۲۰۱۹). در چنین زمینه‌هایی، پلتفرم‌های دیجیتال مانند بازارهای آنلاین (B2B) می‌توانند به کارآفرینان کمک کنند تا بر خلاهای نهادی در اقتصاد داخلی خود غلبه کنند (چین و همکاران^۱، ۲۰۲۰). با توجه به خلاهای نهادی، کارآفرینان به دنبال راه‌هایی برای راه‌اندازی کسب‌وکارهایی هستند که در مناطق با نهادینه‌سازی پایین ارزش ایجاد کنند و فعالیت اقتصادی را تحریک کنند (خانا و پالپو، ۲۰۰۶؛ تریسی و فیلیپس، ۲۰۱۱). مزایای پرداختن به خلاهای نهادی برای کارآفرینی در زمینه‌های کارآفرینی اجتماعی (هوجندورن^۲، ۲۰۱۶)، کسب‌وکار خانوادگی (میلر و همکاران^۳، ۲۰۰۹)، سرمایه‌گذاری و بازارهای سرمایه (هاریسون و همکاران^۴، ۲۰۱۸) و بازارهای نوظهور (خانا و پالپو، ۱۹۹۷) نشان داده شده است. بدین ترتیب، خلاهای نهادی غالباً وسایل کارآفرینی را برای برخی افراد محدود می‌کنند زیرا دسترسی افرادی که در موقعیت‌های حاشیه‌ای قرار دارند به منابع مورد نیاز دشوار است (خانا و پالپو، ۲۰۰۰؛ خانا و ریوکی^۵، ۲۰۰۱).

۳. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی است و جزء پژوهش‌های کیفی به شمار می‌آید. روش اصلی پژوهش، مبتنی بر تحلیل تم و با به کارگیری ابزار مصاحبه صورت گرفته است. به‌منظور دستیابی به خلأهای نهادی کارآفرینان دیجیتال، تم‌های اصلی استخراج شدند و به تحلیل تم‌ها پرداخته شد. براون و کلارک (۲۰۰۶) تحلیل تم را روشی برای شناسایی، تحلیل و استخراج الگوهای گزارش‌دهی در داده‌ها تعریف می‌کنند. در حقیقت، تم به الگوی خاصی اشاره دارد که در داده‌های موردنظر یافت می‌شود و تحلیل تم کار طبقه‌بندی و توصیف داده‌ها را انجام می‌دهد تا این خلاها را شناسایی کند (گست و همکاران^۶، ۲۰۱۲).

جامعه پژوهشی این مطالعه را کارآفرینان دیجیتال در بستر پلتفرم‌های خرید آنلاین تشکیل می‌دهند که حداقل دو سال تجربه کار در این حوزه را داشته باشند. در این پژوهش، افراد مورد نظر با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی، انتخاب شدند. انتخاب نمونه‌ها نیز تا جایی تداوم یافته است که کفایت و اشباع نظری داده‌ها صورت گرفته باشد و پژوهشگران دریابند نمونه‌های بعدی اطلاعات متمایزی در اختیار نخواهند گذاشت. اشباع نظری زمانی رخ می‌دهد که دیگر داده‌هایی که به تعریف خصوصیات یک طبقه کمک کند به پژوهش وارد نشود (رنجبر، ۱۳۹۱: ۲۴۶). نهایتاً، پژوهشگران پس از انجام ۱۲ مصاحبه به داده‌ها و اطلاعات تکراری رسیدند و با انجام سه مصاحبه دیگر از اشباع نظری اطمینان حاصل شد. به‌طور کلی عنوان شده است که با توجه به زمان و منابع قابل دسترس، تعداد ۱۰ (۱۵) نمونه برای انجام مصاحبه کافی خواهد بود (کوال، ۱۹۹۶: ۱۰۱). در ابتدای مصاحبه هدف پژوهش بیان و تأکید شد که از مصاحبه‌ها تنها برای مقاصد پژوهشی استفاده خواهد شد و هویت افراد به هیچ وجه در گزارش‌های پژوهش مشخص نخواهد شد.

۴. یافته‌ها

۴.۱. یافته‌های توصیفی

جدول (۱) آمار متغیرهای جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان را نمایش می‌دهد.

1. Jean et al
2. Hoogendoorn
3. Miller et al
4. Harrison et al
5. Khanna & Rivkin
6. Guest et al

جدول ۱. آمار متغیرهای جمعیت‌شناختی

Table 1. Demographic Variable Statistics

حوزه فعالیت مشارکت‌کنندگان		درصد فراوانی متغیرهای جمعیت‌شناختی حجم نمونه ۱۲ نفر					
نرم‌افزار-فناوری اطلاعات	فروش آنلاین کتاب	17%	کمتر از ۲۵ سال	سن مصاحبه‌شونده	83%	مرد	جنسیت
فیتک-فروش بسته‌های آموزشی مالی	فروش تجهیزات دیجیتال	58%	بین ۲۵ تا ۳۵ سال		17%	زن	
پلتفرم فروش اقساطی	فروش لوازم آموزشی	25%	بالاتر از ۳۵ سال		8%	کارشناسی	
نرم‌افزار-فناوری اطلاعات	فروش باکس هدیه و ملزومات مرتبط	58%	کمتر از ۵ سال	مدت زمان فعالیت	67%	کارشناسی ارشد	تحصیلات
فروش آنلاین	تجهیزات پروازی		بیشتر از ۵ سال		25%	دکتری	
پلتفرم فین‌تک وام‌دهی فرد به فرد	ساخت و فروش پلتفرم‌های آموزشی و CRM	42%					

روایی: در بعد کیفی پژوهش از روش سه سویه نگری پژوهشگر برای سنجش روایی استفاده شده است. در پژوهش حاضر علاوه بر به‌کارگرفتن دو کدگذار به‌منظور اطمینان خاطر کدها مورد تأیید خبره نیز قرار گرفته است. پایایی: در این پژوهش برای محاسبه پایایی در بعد کیفی، از روش توافق درون موضوعی با دو کدگذار (ارزیاب)، بهره برده شد به‌نحوی که از یک کارشناس خبره درخواست شد تا به‌عنوان همکار (کدگذار) در پژوهش مشارکت نماید. میزان پایایی از طریق میزان توافق و عدم توافق موجود در کدگذاری‌ها از سه مصاحبه، در مدت زمان کوتاه و مشخص، ارزیابی شد و شاخص ثبات برای پژوهش محاسبه گردید. درصد این توافق که به‌عنوان شاخص پایایی تحلیل شناخته می‌شود با استفاده از فرمول زیر محاسبه شده و نتایج حاصل از آن در جدول (۲) نشان داده شده است.

$$\frac{2 \times \text{تعداد توافقات}}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100\%$$

رابطه (۱)

جدول ۲. سنجش پایایی

Table 2. Reliability Measurement

عنوان روایت	تعداد کل کدها در کدگذاری دو کدگذار	تعداد توافقات	درصد پایایی
مصاحبه یک	121	51	84%
مصاحبه دو	80	31	77%
مصاحبه سه	84	35	83%
تعداد کل کدها	285	117	82%

همانطور که در جدول بالا مشاهده می‌نمایید؛ تعداد کل کدهای استخراج شده توسط پژوهشگر و همکار وی استخراج شده است معادل با ۲۸۵ می‌باشد. تعداد کل توافقات ۱۱۷ می‌باشد. درصد پایایی ۸۲٪ بوده که به دلیل آنکه از ۶۰٪ بالاتر می‌باشد، بنابراین قابلیت اعتماد کدگذاری قابل تأیید بوده و می‌توان ادعا نمود که میزان پایایی تحلیل مصاحبه مناسب بوده است.

۵. تجزیه و تحلیل داده‌ها

براساس مدل ارائه شده در مقاله لیدونگ و همکاران (۲۰۲۰) در این بخش مولفه‌های خلأهای نهادی کارآفرینان دیجیتال شناسایی شده در این مطالعه در سه بعد اصلی قانونی، شناختی و هنجاری ارائه می‌شود و هر یک از مضمون‌های اصلی توضیح داده می‌شوند. همچنین به منظور اعتباریابی، نتایج تحلیل مضمون با یافته‌های مطالعات پیشین مقایسه شده است.

۱- بعد اول: خلأ نظارتی

جدول ۳ کدهای مربوط به خلأ نظارتی را در چهار لایه اصلی شامل خلأهای حاکمیت قانون، رقابت و انحصار، چالش سیاست‌های دولتی و تشریفات اداری و وجود فاصله سیاسی ارائه می‌دهد که خلأهای نظارتی اکوسیستم کارآفرینی دیجیتال را نشان می‌دهد. بیشترین تعداد کدهای باز به مشکلات فنی و هماهنگی زیرساخت‌ها با ۱۲ کد و خلأ در رقابت سالم و آزاد با ۱۰ کد اختصاص دارد. سایر موارد برجسته شامل چالش‌های حقوقی و مقرراتی مبهم با ۸ کد و عدم شفافیت در اطلاعات و سیاست‌گذاری و قوانین متناقض و پیچیدگی‌های حقوقی با ۷ کد است، که نشان‌دهنده نیاز به شفافیت و بهبود قوانین است.

جدول ۳. کدهای خلأ نظارتی

Table 3. Codes for Regulatory void

تعداد کدها	فراوانی در مصاحبه	کد لایه ۲	کد لایه ۱
8	TA1, TA2, ZA1, AB1, F1, F2, ZA2, Z1	چالش‌های حقوقی و مقرراتی مبهم	خلأهای حاکمیت قانون
4	F3, AB2, K1, M1	موانع بروکراتیک و فرایندهای پیچیده مجوز	
3	F4, K2, M2	چالش‌های مالی و پیچیدگی‌های مالیاتی	
5	T1, T2, ZA3, F5, F6	چالش‌های نظارتی و کنترل محتوا	
5	E1, E2, F7, TA4, F7	خلأ در مدل‌های اقتصادی و نوسان در نرخ بهره	
4	E3, E4, KZ1, KZ2	چالش‌های پرداخت و زیرساخت‌های مالی	
5	TA5, TA6, TA7, ZA4, ZA5	موانع در رقابت آزاد و تقویت انحصار	
12	KZ3, KZ4, KZ5, ZA6, ZA7, ZA8, T3, T4, M3, M2, K3, K4	مشکلات فنی و هماهنگی زیرساخت‌ها	رقابت و انحصار
10	K4, K5, ZA9, T5, AB3, TA8, M4, E5, A1, T5	خلأ در رقابت سالم و آزاد	
6	E5, E6, E7, TA9, F7, F8	خلأ در توسعه زیرساخت‌های کسب‌وکار دیجیتال	
4	F9, F10, F11, F12	خلأ در سیاست‌های حمایتی برای کسب‌وکارها	چالش سیاست‌های دولتی و تشریفات اداری
3	E8, ZA9, K6	عدم شفافیت در سیاست‌های مالی و مالیاتی	
7	TA10, TA11, TA12, E9, E10, F13, KZ6	قوانین متناقض و پیچیدگی‌های حقوقی	
4	F14, ZA10, T6, AB4	مداخلات دولتی و عدم حمایت واقعی از کسب‌وکارها	
4	Z2, F15, F16, F17	ضعف زیرساخت‌های نظارتی و مدیریتی	
4	EA1, EA2, EA3, ZA11	نوسانات اقتصادی و تأثیر آن بر کسب‌وکارها	
7	T7, AB17, KZ19, KZ20, F22, K19, AB15	عدم شفافیت در اطلاعات و سیاست‌گذاری	
4	K21, KZ21, M59, EA5	پیچیدگی و زمان‌بر بودن فرآیندهای اداری	

5	EA64, KZ68, EA64, K53, Z57	مشکلات در هماهنگی و فرآیندهای بوروکراتیک	وجود فاصله سیاسی (خلاً) درک متقابل بین سیاست‌گذاران و کارآفرینان (دیجیتال)
5	M67, TA73, EA70, EA51, M61,	مشکلات در شفافیت و کیفیت سیستم‌های اداری	
5	TA53, M26, AB39, AB38, M 25	عدم شناخت سیاست‌گذاران از نیازهای کسب‌وکارهای دیجیتال	
5	K27, AB30, T37, AB29, E48	عدم تعامل و ارتباط مؤثر بین دولت و بخش خصوصی	
5	ZA43, ZA44, ZA45, Z23, TA52	تفاوت در نگرش، زبان و سطح اطلاعات بین سیاست‌گذاران و کارآفرینان	
3	KZ37, KZ38, ZA28	موانع فناورانه و اختلاف تکنولوژیکی	

۱-۱- خلأهای حاکمیت قانون: خلأهای حاکمیت قانون به‌عنوان یکی از ابعاد اصلی خلأهای نظارتی، تأثیر منفی بر کارآفرینی دیجیتال در پلتفرم‌های خرید آنلاین دارند. این خلأها شامل چالش‌های حقوقی و مقرراتی مبهم، نبود قانون‌گذاری مناسب، تضاد و ناسازگاری قوانین، عدم تطابق با شرایط روز و تکنولوژی، و موانع بروکراتیک هستند. ابهام در قوانین، برنامه‌ریزی استراتژیک را دشوار کرده و با یافته‌های خانا و پالپو (۲۰۱۰) همخوانی دارد که خلأهای نهادی را عامل افزایش هزینه‌های معاملاتی می‌دانند. عدم هماهنگی میان نهادهای نظارتی و تضاد در استانداردهای کیفی کارآفرینان را سردرگم می‌کند، مشابه نتایج لیدونگ و همکاران (۲۰۲۰). همچنین، عدم اجرای قوانین مالکیت فکری و دشواری در پیگیری حقوق قانونی، مطابق با آدرتچ و همکاران (۲۰۱۵) و هاسکیسون و همکاران (۲۰۰۰)، انگیزه نوآوری را کاهش می‌دهد. موانع بروکراتیک نیز هزینه‌ها را افزایش می‌دهند، همان‌طور که دوه و همکاران (۲۰۱۷) اشاره کرده‌اند. در نهایت، این خلأها موجب کاهش اعتماد، محدود کردن نوآوری و مانع رشد کارآفرینی دیجیتال می‌شوند و ضرورت اصلاحات نهادی و شفاف‌سازی قوانین را نمایان می‌سازند.

«به نظر من بزرگترین چالش قانونی برای کسب و کار آنلاین بحث‌های مالیات و مجوزها باشد یعنی مالیات یه مقدار شما رو اذیت میکنه و همچنین مجوزها ولی شما وقتی از درگاه داری استفاده می‌کنی ولی وقتی بخوای غیرقانونی کار کنی و فاکتور رسمی بخوای بدی شما به کسی که وارد فرآیند قانونی میشه بسیار مشکل میشه {M2}».

۱-۲- رقابت و انحصار: نبود مقررات ضد انحصار مؤثر، انحصار شرکت‌های بزرگ، و قراردادهای انحصاری رقابت را محدود کرده و با یافته‌های خانا و پالپو (۲۰۱۰) همخوانی دارد، هرچند سارکر و همکاران (۲۰۲۲) معتقدند خلأهای نهادی می‌توانند فرصت نوآوری ایجاد کنند. کمبود زیرساخت‌های دیجیتال، هزینه‌های بالای ثبت شرکت، و بازار کوچک پلتفرم‌ها، مطابق با گول و کری (۲۰۲۰)، موانع ورود کارآفرینان جدید هستند. فقدان سیاست‌های حمایتی، مانند معافیت‌های مالیاتی، و مشکلات بیمه، سودآوری را کاهش می‌دهد، مشابه سولک و همکاران^۱ (۲۰۲۱). این خلأها با افزایش هزینه‌ها و کاهش نوآوری، نیاز به اصلاحات نهادی را برجسته می‌کنند.

«در خصوص محدودیت‌های بازار من بخوام بگم ببینید توصیه‌ای که می‌تونم بکنم مقررات ضد انحصار ما که اصلاً هیچی انحصارطلبی رو شما توی بازار میتونید ببینید استارت‌آپ‌ها حتی دارن از این سوء استفاده می‌کنند مثل اسنپ فود مثلاً توی رقابت با تپسی اومده مثلاً یه سری ترم‌ها توی قرارداد قرار داده که اگر مثلاً سابلارش یا سرویس‌دهنده‌اش یا رستورانش به قرارداد به یکی دیگه کار بکند جریمه‌های سنگینی خواهد داشت کی قراره روی این نظارت بکنه این قرارداد اصلاً چه شکلی دارن طراحی میشن به نظر من از باگ قانون داره سوء استفاده میشه تو این زمینه‌ها نظر هرچی

قوانین واقعاً کمتر باشند تعداد قوانین هرچی میره بالاتر شما باگ بیشتری تو قوانین می‌تونید پیدا کنید برای سوء استفاده {ZA9}».

۱-۳- چالش سیاست‌های دولتی و تشریفات اداری: این خلأها با افزایش هزینه‌های معاملات، کاهش اعتماد کارآفرینان به محیط نهادی، و ایجاد موانع عملیاتی، رشد و پایداری کسب‌وکارهای دیجیتال را به چالش می‌کشند. عدم شفافیت در قوانین مالیاتی و فرایندهای پیچیده مجوزدهی، برنامه‌ریزی مالی و ورود به بازار را دشوار می‌کند و ناهماهنگی بین نهادها، پیش‌بینی‌پذیری محیط کسب‌وکار را کاهش می‌دهد. مداخلات دولتی و نوسانات اقتصادی نیز خلاقیت و سودآوری را تحت تأثیر قرار می‌دهند. این یافته‌ها با پژوهش‌ها و پالپو (۲۰۱۰) همخوانی دارد که ناکارآمدی‌های نهادی را عامل افزایش هزینه‌های معاملات می‌دانند. همچنین، گول و کری (۲۰۲۰) و دوه و همکاران (۲۰۱۷) به تأثیر قوانین متناقض و بوروکراسی بر رقابت و کارآفرینی اشاره کرده‌اند. با این حال، سارکر و همکاران (۲۰۲۲) معتقدند که این خلأها در شرایط بحران می‌تواند فرصت‌هایی برای نوآوری فراهم کنند. در مجموع، نیاز به اصلاحات نهادی، شفاف‌سازی قوانین و ساده‌سازی فرآیندهای بوروکراتیک برای حمایت از کارآفرینی دیجیتال برجسته می‌شود.

«به نظرم قوانین و مقررات موجودی که داریم در موردش صحبت می‌کنیم بیشتر قوانین نانوشته‌ای که مکتوب نشده حداقل این قوانین باید مکتوب بشه به جایی که کسب و کارها و در واقع پلتفرم‌ها بدونن که با چه قوانین مقرراتی روبرو هستند نه قوانین درواقع نانوشته‌ای که مواردش وجود نداره و باید به صورت ضمنی درنظر گرفته بشن {TA10,11}»

۱-۴- وجود فاصله سیاسی (خلأ درک متقابل بین سیاست‌گذاران و کارآفرینان دیجیتال): وجود فاصله سیاسی یکی از ابعاد خلأهای نهادی نظارتی است که به عدم هماهنگی و تعامل بین نهادهای سیاسی و سایر بخش‌های جامعه اشاره دارد. فاصله سیاسی به معنی میزان اختلاف یا تفاوت در نگرش‌ها، مواضع یا رفتارهای سیاسی میان افراد، گروه‌ها یا کشورهای مختلف است که می‌تواند بر اساس شاخص‌هایی همچون همکاری یا تعارض سیاسی سنجیده شود (سادا و همکاران، ۲۰۲۲). این فاصله می‌تواند منجر به ناکارآمدی در نظام‌های نظارتی، بی‌ثباتی سیاسی و کاهش اعتماد عمومی شود. ایجاد ارتباط مؤثر بین نهادهای سیاسی و سایر بخش‌ها برای نظارت مؤثر ضروری است. ناآگاهی سیاست‌گذاران از فناوری‌های نوین و تأخیر در به‌روزرسانی قوانین، مطابق با گول و کری (۲۰۲۰)، نوآوری را محدود می‌کند، در حالی که سارکر و همکاران (۲۰۲۲) معتقدند که این خلأها می‌تواند فرصت‌های نوآوری ایجاد کنند. همچنین، فقدان ارتباط منظم بین دولت و بخش خصوصی، با یافته‌های خانان و پالپو (۲۰۱۰)، هزینه‌های معاملاتی را افزایش می‌دهد و شکاف دانش و نگرش، مشابه با نظرات دوه و همکاران (۲۰۱۷)، سیاست‌گذاری کارآمد را مختل می‌کند. این خلأها نیاز به تعاملات منظم، آموزش سیاست‌گذاران و تقویت کانال‌های ارتباطی را برجسته می‌کنند.

«یکی از مهم‌ترین عوامل این فاصله، عدم شناخت کافی سیاست‌گذاران از چالش‌های عملیاتی کسب‌وکارهای دیجیتال است. بسیاری از تصمیم‌گیران درک دقیقی از روندهای بازار، مدل‌های کسب‌وکار دیجیتال و نیازهای واقعی فعالان این حوزه ندارند. همچنین، عدم تعامل مستقیم و منظم بین دولت و کارآفرینان باعث می‌شود سیاست‌گذاری‌ها بر اساس داده‌های ناکافی یا درک نادرست انجام شود. بوروکراسی پیچیده و تصمیم‌گیری‌های غیرشفاف نیز موجب می‌شود که قوانین و مقررات با تأخیر به‌روز شوند و تطابق کافی با تحولات سریع فضای دیجیتال نداشته باشند. {M26}».

۲- بعد دوم: خلا شناختی

جدول ۴ کدهای مربوط به خلا شناختی را در سه لایه اصلی شامل کمبود سواد و مهارت، پیچیدگی فناوری و وجود فاصله شناختی ارائه می‌دهد که چالش‌های اکوسیستم دیجیتال را نشان می‌دهد. بیشترین تعداد کدهای باز به مشکلات زیرساختی و محدودیت‌های فنی با ۹ کد اختصاص دارد، که بر اهمیت زیرساخت‌های فنی تأکید می‌کند. سایر موارد برجسته شامل خلأ در سیستم‌های مالی و پرداختی کارآمد با ۷ کد و چندین کد از قبیل شکاف در اهداف و اولویت‌های دولت و کارآفرینان دارای ۶ مورد فراوانی می‌باشند.

جدول ۴. کدهای خلا شناختی
Table 4. Codes for Cognitive void

تعداد کدهای باز	فراوانی در مصاحبه	کد لایه ۲	کد لایه ۱
6	Z31, F36, TA57, AB32, F33, ZA46	کمبود نیروی انسانی ماهر و حرفه‌ای	کمبود سواد و مهارت (خلأهای موجود در نیروی انسانی و دانش تخصصی در اکوسیستم دیجیتال)
5	ZA45, Z30, EA31, EA32, Z30	کمبود آموزش‌های تخصصی و مهارتی	
5	K31, TA59, TA60, Z33, Z34	ناهماهنگی در دانش مدیریتی و تصمیم‌گیری	
4	T41, E55, E57, KZ41	ضعف زیرساخت‌ها و نبود بسترهای تکنولوژیکی مناسب	
9	K33, EA35, K34, EA43, TA66, K36, M38, EA34, ZA57	مشکلات زیرساختی و محدودیت‌های فنی	پیچیدگی فناوری (خلأ در زیرساخت‌های فنی و ارتباطی)
4	KZ44, EA36, AB36, A62	موانع سیاسی و تحریم‌ها	
7	E20, E21, E24, E25, A2, A17, K39	خلأ در سیستم‌های مالی و پرداختی کارآمد	
6	K40, T49, AB38, EA42, AB41, K45	عدم تخصص و تجربه سیاست‌گذاران در حوزه دیجیتال	وجود فاصله شناختی (عدم تطابق و تعامل ناکارآمد بین سیاست‌گذاران و کارآفرینان)
6	K43, 44EA, ZA64, TA72, TA75, Z38	شکاف در اهداف و اولویت‌های دولت و کارآفرینان	
6	Z37, Z39, ZA65, ZA66, AB42, E66	مشکلات ارتباطی و همکاری میان بخش خصوصی و دولت	
4	Z35, ZA65, E65, TA71	مشکلات ساختاری و نگرش سنتی در دولت	

۲-۱- کمبود سواد و مهارت (خلأهای موجود در نیروی انسانی و دانش تخصصی در اکوسیستم دیجیتال): فقدان دانش و مهارت‌های لازم در نیروی انسانی در اکوسیستم دیجیتال می‌تواند منجر به ناتوانی در استفاده از فناوری‌های نوین و حل مسائل پیچیده شود. بنابراین، نیاز به آموزش و توسعه مهارت‌های دیجیتال برای پر کردن این خلأهای شناختی احساس می‌شود. کمبود سواد و مهارت می‌تواند به کاهش بهره‌وری و رقابت‌پذیری پایین‌تر منجر شود. خلأهای مربوط به سواد و مهارت شامل کمبود نیروی انسانی ماهر، آموزش‌های تخصصی ناکافی، ناهماهنگی دانش مدیریتی و ضعف زیرساخت‌های تکنولوژیکی هستند که کارآفرینی دیجیتال را مختل می‌کنند. آدرتچ و همکاران (۲۰۱۵) کمبود نیروی متخصص را مانع بهره‌برداری از فرصت‌های دیجیتال می‌دانند، در حالی که نامیسان (۲۰۱۷) بر ناکافی بودن آموزش‌های سنتی تأکید دارد. همچنين، خانا و پالپو (۲۰۱۰) ناکارآمدی‌های مدیریتی را عامل افزایش

هزینه‌ها معرفی می‌کنند و سولک و همکاران (۲۰۲۱) ضعف زیرساخت‌های دیجیتال را محدودکننده رشد می‌دانند، در حالی که سارکر و همکاران (۲۰۲۲) معتقدند که ابتکارات دیجیتال می‌توانند این خلأها را جبران کنند.

«من میتونم این سوال را دو قسمت بکنم یک حوزه، بعد فردی. یه قسمتی هم بعد تکنیکالی رو بیارم بالا یک گپی واقعا وجود داره بین کسی که بیاد و واقعا انجام بده. از بعد کمبود سواد و مهارت و این چیزا و این ارتقا سطح مهارت نیروی کاری من دیدم اینه مهارت وجود داره ولی یه مقدار پرت و پلاست پیدا کردنش سخته. مثلاً برای کاری کسی را پیدا کنی ولی برای کاری که میخاد انجام بده یک قیمتی را اعلام میکند که خیلی پرت هست. این مهارته وجود دارد ولی انتظارات خیلی بالایی دارند. سر همین فیچره نه یه فیچر دیگه است به عنوان فارکس فکتوری که اخبار فارکس رو میاد به صورت آنلاین به شما نمایش میده به زبان فارسی. ما دوستمون بهمون قیمت داد روی این موضوع که گفت آقا اگر کار تمیز انجام بشه ۲۰۰ میلیون. خود ۲۰۰ میلیون برای اون کاری که ما در نظر داریم انجام بشه یه مقدار به نظر من قیمت بالاییه و اینکه مهارته با قیمت و اون توان کارآفرینی یکی نیست خب اگه من مثلاً اگر منابع نامحدود بود مثلاً گفته آقا بیا فلان کار بکن ولی چون منابع محدوده همیشه یه مقدار. این بحث سواد و مهارت اینه. به نظر من هم در بعد سواد و فردی و هم بعد تکنیکالی مهارته رو داریم و مشکلی نیست. {ZA45,46}»

۲-۲- پیچیدگی فناوری (خلأ در زیرساخت‌های فنی و ارتباطی): ضعف زیرساخت‌های فنی، مانند سرعت پایین اینترنت، و هزینه بالای تحقیق و توسعه، با سولک و همکاران (۲۰۲۱) همخوانی دارد که کمبود زیرساخت‌های دیجیتال را مانع رشد می‌دانند. تحریم‌ها و فیلترینگ، مطابق باگول و کری (۲۰۲۰)، دسترسی به فناوری‌های نوین را محدود می‌کنند. ناکارآمدی سیستم‌های پرداخت، مشابه خانا و پالپو (۲۰۱۰)، هزینه‌های معاملاتی را افزایش می‌دهد، اما سارکر و همکاران (۲۰۲۲) معتقدند فناوری‌های دیجیتال می‌توانند خلأها را جبران کنند. این چالش‌ها با کاهش کیفیت خدمات و اعتماد مشتریان، نیاز به سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و اصلاح سیاست‌ها را برجسته می‌کنند.

«زمان تکنولوژی کلا اینجوریه که فرآیند شکل‌گیری همچین پلتفرم‌هایی چون پیچیدگی‌های خاص خودشو داره باید در واقع وصل بشه به یه سری سیستم‌های بالادستی. این سیستم‌های بالادستی هم در درازمدت آپدیت نشدن حالا با شکل و شمایل‌های مختلف و محدودیت‌های خاص خودشون رو دارن که بخواد با این نوآوری‌های جدید همسو بشه چه حالا از سمت رگولاتوری گرفته چه از سمت سرویس‌دهنده بالادستی مثل بانک‌ها. {TA66}»

۳-۲- وجود فاصله شناختی (عدم تطابق و تعامل ناکارآمد بین سیاست‌گذاران و کارآفرینان): فاصله شناختی بین سیاست‌گذاران و کارآفرینان به عدم تطابق در درک نیازها و چالش‌های یکدیگر اشاره دارد. این فاصله از کمبود تخصص سیاست‌گذاران در حوزه‌های نوین مانند دیجیتال، تفاوت در اهداف و اولویت‌ها، مشکلات ارتباطی و همکاری بین دولت و بخش خصوصی، و نگرش‌های سنتی در دولت ناشی می‌شود. این عوامل موجب ناکارآمدی در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌ها می‌شوند. کمبود دانش دیجیتال سیاست‌گذاران و نگرش سنتی، تصمیم‌گیری‌های ناکارآمد را به دنبال دارد. تفاوت اولویت‌ها و نبود زبان مشترک، تعاملات را تضعیف می‌کند. این عوامل، با کاهش درک متقابل، سیاست‌گذاری مؤثر را محدود می‌کنند. گول و کری (۲۰۲۰) تأکید می‌کنند که ناآشنایی سیاست‌گذاران با فناوری‌های نوین، سیاست‌های متناسب با اکوسیستم دیجیتال را مختل می‌کند.

«کشورمون یک کشور سنتی هست. طبق آماری هم که الان داریم و اون سنسی هم که ما توی بازار داریم اینو دیگه از جانب همشون میگم کل بازار ما صنعت خرده‌فروش آنلاین ما کلاً ۶ درصد هست و ۹۴ درصد بصورت حضوری هست. به نظر من اینکه درک سیاست‌گذار از این کارآفرینی دیجیتال و درک فعالان حوزه فاصله وجود داره چون که

اون سیاست‌گذار از جای سنتی اومده و بازی در بستر سنتی با بازی بر بستر دیجیتال خیلی متفاوت به خاطر همین زبان مشترکی بین سیاست‌گذار و کارآفرین در این حوزه وجود نداره. {ZA65}

بعد سوم: خلاهنجاری

جدول ۵ کدهای مربوط به خلاهنجاری را در دو لایه نشان می‌دهد که لایه اول شامل عدم شفافیت و فساد در فرآیندهای اداری و تصمیم‌گیری و موانع فرهنگی و اجتماعی در پذیرش کارآفرینی دیجیتال است. بیشترین تعداد کدهای باز به ترتیب مربوط به مقاومت فرهنگی و عدم پذیرش نوآوری با ۹ کد و فرهنگ سازمانی و مشکلات آموزشی با ۸ کد می‌باشد.

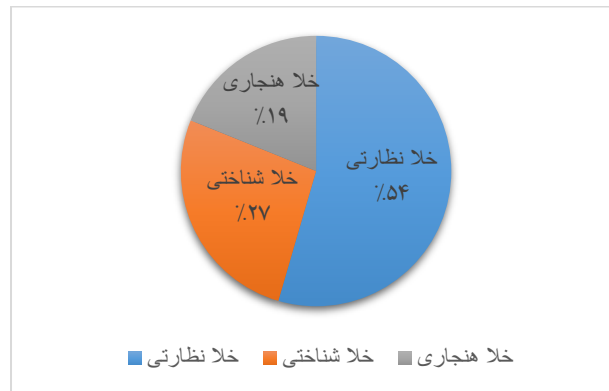
جدول ۵. کدهای خلاهنجاری

Table 5. Codes for Normative void

تعداد کدهای باز	فراوانی در مصاحبه	کد لایه ۲	کد لایه ۱
7	EA49, AB45, EA51, M43, K49, Z48, AB46	مشکلات در شفافیت و پیچیدگی‌های اداری	عدم شفافیت و فساد در فرآیندهای اداری و تصمیم‌گیری
5	E73, Z46, KZ59, E74, E76	فساد و سوء استفاده از قدرت	
4	EA50, M45, M47, M46	مشکلات در تعاملات میان نهادهای مختلف	موانع فرهنگی و اجتماعی در پذیرش کارآفرینی دیجیتال
9	TA90, TA112, M72, TA105, TA106, TA107, TA100, TA109, TA104	مقاومت فرهنگی و عدم پذیرش نوآوری	
7	EA68, M74, KZ70, K59, AB54, A65, A38	عدم آگاهی و اعتماد عمومی به کسب‌وکارهای دیجیتال	
8	KZ71, M75, Z65, Z69, Z71, Z68, Z66, A66	فرهنگ سازمانی و مشکلات آموزشی	
4	ZA82, TA113, EA69, M77	نگرش سنتی به کسب‌وکار و ترس از شکست	

۳-۱- **عدم شفافیت و فساد در فرآیندهای اداری و تصمیم‌گیری:** پیچیدگی و ابهام در فرآیندهای اداری، همراه با رشوه‌خواری و تداخل منافع نهادها، اعتماد کارآفرینان را کاهش داده و ناکارآمدی نظام اداری را تشدید می‌کند. این خلأها با نقض هنجارهای اخلاقی، توسعه اقتصادی را به خطر می‌اندازند. لیدونگ و همکاران (۲۰۲۰) بیان می‌کنند که فساد و عدم شفافیت در فرآیندهای اداری، کارآفرینی را در اقتصادهای نوظهور تضعیف کرده و مانع رشد کسب‌وکارهای دیجیتال می‌شود. عدم شفافیت و فساد در فرآیندهای اداری و تصمیم‌گیری، خلاهنجاری را ایجاد می‌کند که به نقض هنجارهای اخلاقی و قانونی در عملکرد اداری اشاره دارد. این پدیده با علائمی مانند رشوه، سوءاستفاده از قدرت و پارتی‌بازی همراه است و به ناکارآمدی نظام اداری و از دست رفتن اعتماد عمومی می‌انجامد، در ادبیات علمی، فساد اداری به عنوان یک چالش مهم در توسعه اقتصادی و سیاسی شناخته شده است که به دلیل عدم استقلال نهادهای نظارتی و پیچیدگی قوانین تشدید می‌شود.

«یکی از عوامل اصلی تشدید فساد و رشوه‌خواری در حوزه کارآفرینی دیجیتال، پیچیدگی‌های اداری و نبود شفافیت در فرآیندهای اجرایی است. وقتی قوانین مبهم باشند و سازوکار مشخصی برای تعامل با نهادهای دولتی وجود نداشته باشد، فضا برای سوءاستفاده و پرداخت رشوه جهت تسریع امور باز می‌شود. همچنین، تعدد نهادهای تصمیم‌گیر و نبود هماهنگی میان آن‌ها باعث افزایش این پدیده می‌شود. {M47,...}»



نمودار ۱: فراوانی ابعاد مختلف خلأهای نهادی

Chart 1: Frequency of Various Dimensions of Institutional voids

نمودار دایره‌ای ارائه شده، فراوانی مجموع کدهای باز استخراج شده از مصاحبه‌ها را در سه بعد مختلف نشان می‌دهد. **خلا نظارتی** با ۵۴٪ بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است، که نشان‌دهنده اهمیت بالای این موضوع است. این توزیع نشان می‌دهد که مسائل مرتبط با نظارت، نسبت به جنبه‌های شناختی و هنجاری، در مصاحبه‌ها برجسته‌تر بوده‌اند.

یافته‌ها نشان‌دهنده چالش‌های گسترده‌ای هستند که کارآفرینان دیجیتال با آن مواجه‌اند و با ادبیات موجود هم‌راستایی دارند (گوول و کری، ۲۰۲۰؛ خانا و پالپو، ۲۰۱۰)، ضمن اینکه ابعاد جدیدی را در این حوزه روشن می‌کنند. در **بعد نظارتی**، خلأهای حاکمیت قانون، رقابت و انحصار، سیاست‌های دولتی و تشریفات اداری، و فاصله سیاسی به‌عنوان موانع اصلی شناسایی شدند. ابهام در قوانین، پیچیدگی‌های بوروکراتیک، و نبود سیاست‌های حمایتی، هزینه‌های معاملاتی را افزایش داده و اعتماد کارآفرینان را کاهش می‌دهند، که با آدرتیچ و همکاران (۲۰۱۵) هم‌خوانی دارد. انحصارطلبی و ناکارآمدی مقررات ضد انحصار، رقابت سالم را محدود کرده و با یافته‌های مایر و مارتی (۲۰۰۹) هم‌راستاست. فاصله سیاسی و ناآگاهی سیاست‌گذاران از نیازهای دیجیتال نیز سیاست‌گذاری مؤثر را مختل می‌کند (گوئل و کری، ۲۰۲۰). با این حال، سارکر و همکاران (۲۰۲۲) معتقدند که خلأهای نظارتی می‌توانند در شرایط بحران فرصت‌های نوآوری ایجاد کنند، که با گزارش برخی مصاحبه‌شوندگان درباره راه‌حل‌های دیجیتال هم‌خوانی دارد. در **بعد شناختی**، کمبود سواد و مهارت، پیچیدگی فناوری، و فاصله شناختی موانع کلیدی هستند. کمبود نیروی متخصص و ضعف زیرساخت‌های فناوری، مانند سرعت پایین اینترنت، با سولک و همکاران (۲۰۲۱) هم‌سو است که این عوامل را مانع رشد دیجیتال می‌دانند. ناکارآمدی سیستم‌های پرداخت و تحریم‌های محدودکننده فناوری، هزینه‌ها را افزایش می‌دهند (خانا و پالپو، ۲۰۱۰). فاصله شناختی ناشی از عدم تخصص سیاست‌گذاران، سیاست‌گذاری متناسب با فناوری‌های نوین را مختل می‌کند (نامبیسان، ۲۰۱۷). با این حال، امینی سده و همکاران (۲۰۲۲) نشان می‌دهند که شایستگی‌های کارآفرینانه می‌توانند این خلأها را تعدیل کنند.

در **بعد هنجاری**، عدم شفافیت و فساد، و موانع فرهنگی و اجتماعی پذیرش کارآفرینی دیجیتال را محدود می‌کنند. فساد و پیچیدگی‌های اداری، اعتماد عمومی و کارایی را کاهش می‌دهند (لیدونگ و همکاران، ۲۰۲۰). مقاومت فرهنگی، بی‌اعتمادی عمومی، و نگرش‌های سنتی، با نظریه هافستد درباره اجتناب از عدم اطمینان هم‌راستا بوده و پذیرش

فناوری را مختل می‌کنند (لیون، ۲۰۰۰). مک‌آدام و همکاران (۲۰۱۹) نیز بر نقش هنجارهای اجتماعی در محدود کردن رفتار کارآفرینانه تأکید دارد.

به‌طور خلاصه، خلأهای نهادی در سه بعد نظارتی، شناختی و هنجاری، موانع قابل توجهی برای کارآفرینی دیجیتال ایجاد می‌کنند. خلأهای نظارتی با افزایش هزینه‌ها و کاهش اعتماد، ورود به بازار را دشوار می‌کنند. خلأهای شناختی، توانایی بهره‌برداری از فرصت‌های دیجیتال را محدود کرده و خلأهای هنجاری، انگیزه و پذیرش اجتماعی را تضعیف می‌کنند. این یافته‌ها بر ضرورت اصلاحات نهادی، شامل تدوین قوانین شفاف، بهبود زیرساخت‌های دیجیتال، تقویت آموزش، و کاهش فساد و بوروکراسی تأکید دارند تا محیطی حمایتی برای کارآفرینی دیجیتال شکل گیرد. از منظر نظری، این مطالعه شکاف موجود در ادبیات کارآفرینی دیجیتال را با ارائه شواهد تجربی از تأثیر خلأهای نهادی در بستر پلتفرم‌های خرید آنلاین در زمینه ایران را نشان می‌دهد. و از سوی دیگر با بررسی خلأهای نهادی در سه بعد نظارتی، شناختی و هنجاری به غناشدن ادبیات در این حوزه کمک می‌کند. از منظر عملی نیز این مطالعه می‌تواند به فعالین این حوزه و سیاستگذاران کمک نماید که نسبت به این حوزه شناخت بهتری داشته باشند و فاصله بین فعالین حوزه و سیاستگذاران نزدیک‌تر شود.

۷. پیشنهادات برای سیاست‌گذاران و محققان آینده

۱. تقویت زیرساخت‌های قانونی و نظارتی: تدوین قوانین شفاف و متناسب با نیازهای کارآفرینی دیجیتال، به‌ویژه در حوزه پرداخت‌های آنلاین و حفاظت از داده‌ها، ضروری است. ۲. ارتقای زیرساخت‌های دیجیتال: سرمایه‌گذاری در بهبود سرعت و کیفیت اینترنت و توسعه سیستم‌های پرداخت امن می‌تواند موانع فنی را کاهش دهد. ۳. آموزش و توسعه مهارت‌ها: برنامه‌های آموزشی تخصصی برای کارآفرینان و نیروی انسانی دیجیتال باید گسترش یابد. ۴. کاهش بوروکراسی و فساد: ساده‌سازی فرآیندهای مجوزدهی و افزایش شفافیت در نهادهای دولتی می‌تواند اعتماد و کارایی را بهبود بخشد.

حوزه مورد نظر این پژوهش، کارآفرینان دیجیتالی است که در بستر پلتفرم‌های خرید آنلاین فعالیت می‌کنند و تمرکز مطالعه به‌صورت خاص بر روی این حوزه قرار دارد. این تمرکز می‌تواند تعمیم‌پذیری نتایج به سایر حوزه‌ها را محدود کند. از این رو، مطالعات آینده می‌توانند به بررسی و شناسایی این موضوع در حوزه‌های مختلف بپردازند. بررسی چندین حوزه به‌طور همزمان در یک مطالعه می‌تواند منجر به شناسایی خلأهای نهادی مختلف و متمایز در زمینه‌های گوناگون شود و به درک بهتری از چالش‌ها و فرصت‌های موجود در هر حوزه کمک کند.

از سوی دیگر، نمونه آماری این پژوهش با استفاده از روش گلوله‌برفی و از طریق دسترسی به کارآفرینان انتخاب شده است. در پژوهش‌های آینده، می‌توان از کارآفرینان فعال در این حوزه در مناطق مختلف کشور نیز استفاده کرد. زیرا نهادها، به‌ویژه نهادهای غیررسمی، در مناطق مختلف ممکن است با توجه به آداب و رسوم و فرهنگ‌های متنوع، تفاوت‌های قابل توجهی داشته باشند. این تفاوت‌ها می‌توانند تأثیرات عمیقی بر نحوه فعالیت کارآفرینان و موفقیت آن‌ها در بازار داشته باشند. بنابراین، بررسی این موضوع در مناطق مختلف می‌تواند به شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های خاص هر منطقه کمک کند و در نهایت به توسعه راهکارهای مناسب‌تر برای حمایت از کارآفرینی دیجیتال در کشور منجر شود. همچنین، استفاده از روش کمی و ابزار پرسشنامه می‌تواند به گسترش تعمیم‌پذیری نتایج کمک کند و امکان تحلیل دقیق‌تری از وضعیت کارآفرینان دیجیتال در حوزه‌های مختلف فراهم آورد.

از سوی دیگر با توجه به این واقعیت که بسیاری از بنگاه‌های خرد به صورت غیررسمی فعالیت می‌کنند و به صورت رسمی ثبت نشده‌اند، تحقیقات آینده می‌تواند تأثیر این وضعیت غیررسمی را بر پذیرش فناوری، کارآفرینی، و حمایت ذی‌نفعان خارجی به‌طور مفصل‌تر بررسی کنند.

تأثیر محرک‌های فناوری‌های دیجیتال بر کارآفرینی در زمینه‌های جغرافیایی و بخشی مختلف در کالاهای نهادی در مطالعات چندان مورد توجه قرار نگرفته است. این امر می‌تواند شامل بررسی این موضوع باشد که چگونه فناوری‌های دیجیتال و زیرساخت‌های دیجیتال می‌توانند به‌عنوان تسهیل‌کننده برای شکل‌گیری و توسعه کسب‌وکارهای جدید در مواجهه با خلأهای نهادی عمل کنند.

انجام مطالعات مقایسه‌ای بین کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته برای شناسایی الگوها و بهترین شیوه‌ها در استفاده از حمایت شرکای شبکه و فناوری‌های دیجیتال می‌تواند به درک بهتر از چالش‌ها و فرصت‌های موجود در هر دو نوع اقتصاد کمک کند و نشان دهد که چگونه می‌توان از روابط شبکه‌ای برای پر کردن خلأهای نهادی بهره‌برداری کرد.

تحلیل تأثیر حمایت شرکای شبکه، از جمله اعضای خانواده، جامعه و شرکای تجاری بر رفتار کارآفرینی میکروکارآفرینان در اقتصادهای نوظهور از طریق مصاحبه‌ها و نظرسنجی‌ها از کارآفرینان محلی باشد تا درک بهتری از چگونگی استفاده از این حمایت‌ها به دست آید و مشخص شود که آیا این حمایت‌ها می‌توانند خلأهای نهادی را پر کنند و چگونه انجام می‌گیرد.

محدودیت‌های پژوهش

پژوهش حاضر نیز همانند سایر پژوهش‌ها در مسیر انجام با محدودیت‌هایی مواجه بوده است که بصورت خلاصه بیان می‌شود: (۱) انتخاب مشارکت‌کنندگان و افراد مورد نظر در هر پژوهشی دشوار است در این پژوهش نیز عدم آشنایی افراد با موضوع پژوهش و یافتن افرادی که اطلاعات و شناخت کافی داشته باشند مسیر پژوهش را دشوار کرد. به‌عبارت دیگر یافتن افراد فعال در حوزه مرتبط که اطلاعات مناسبی هم داشته باشد مسیر پژوهش را کندتر می‌کرد. (۲) با توجه به موضوع پژوهش، برای پاسخ به برخی از سوالات مشارکت‌کنندگان محافظه‌کار بودند یا اطلاعات کافی را نداشتند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

بنا به اظهار نویسندگان، تمامی اصول اخلاقی در مقاله رعایت شده است.

تعارض منافع

تعارض منافی در خصوص مقاله وجود ندارد.

حامی مالی

نویسنده در تدوین مقاله از هیچ شخص یا نهادی وجهی دریافت نکرده است.

References

- Amini Sedeh, A., Pezeshkan, A., & Caiazza, R. (2022). Innovative entrepreneurship in emerging and developing economies: the effects of entrepreneurial competencies and institutional voids. *The Journal of Technology Transfer*, 47(4), 1198-1223. 1198–1223. <https://doi.org/10.1007/s10961-021-09874-1>

- Beerepoot, N. & Lambregts, B. (2015) Competition in online job marketplaces, *Global Networks*, 15(2), 236-255. <https://doi.org/10.1111/glob.12051>
- Boon, W. P., Spruit, K., & Frenken, K. (2019). Collective institutional work: The case of Airbnb in Amsterdam, London and New York. *Industry and Innovation*, 26(8), 898-919. <https://doi.org/10.1080/13662716.2019.1633279>
- Braun, V. and Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Bruton, G.D., Ahlstrom, D., Li, H.-L. (2010). Institutional theory and entrepreneurship: Where are we now and where do we need to move in the future? *Entrep. Theory Pract.* 34 (3), 421-444. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00390.x>
- Cao, Z., & Shi, X. (2021). A systematic literature review of entrepreneurial ecosystems in advanced and emerging economies. *Small Business Economics*, 57, 75-110. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00326-y>.
- Christensen, C.M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. HBS Press, Boston, MA
- Christensen, C.M., Hang, C., Chai, K., Subramanian, A.M. (2010). Managing innovation in emerging economies: an introduction to the special issue. *IEEE Trans. Eng. Manag.* 57 (1), 4-8. doi: 10.1109/TEM.2009.2036601
- Constantinides, P., Henfridsson, O., & Parker, G. G. (2018). Introduction-platforms and infrastructures in the digital age. *Information Systems Research*, 29(2), 381-400. <https://doi.org/10.1287/isre.2018.0794>
- Davidson, E., & Vaast, E. (2010). Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment. In: *Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, Honolulu. *IEEE Xplore*, 1-10. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2010.150>
- DiMaggio, P. J., & Zucker, L. G. (1988). Institutional patterns and organizations: Culture and environment. *Cambridge, MA: Ballinger*, 3-22.
- DiMaggio, P.J. & Powell, W.W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48, 147-160. <https://doi.org/10.2307/2095101>
- Doh, J., Rodrigues, S., Saka-Helmhout, A. and Makhija, M. (2017). International business responses to institutional voids, *Journal of International Business Studies*, Vol. 48 No. 3, pp. 293-307. <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0074-z>
- Downes, L. (2009). *The Laws of Disruption: Harnessing the New Forces that Govern Life and Business in the Digital Age*. Basic Books, New York
- Dy, A. M. (2019). Levelling the playing field? Towards a critical-social perspective on digital entrepreneurship. *Futures*, 102438. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2019.102438>
- Elert, N., & Henrekson, M. (2017). Entrepreneurship and institutions: a bidirectional relationship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 13(3), 191-263. <http://dx.doi.org/10.1561/03000000073>
- Elia, G., Margherita, A., Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: how digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technol. Forecast. Soc. Change* 150 (2020), 119791. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119791>
- Ernkvist, M. (2015). The double knot of technology and business-model innovation in the era of ferment of digital exchanges: the case of OM, a pioneer in electronic options exchanges. *Technol. Forecast. Soc. Chang.* 99, 285-299. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.02.001>
- Fuenfschilling, L., Truffer, B. (2016). The interplay of institutions, actors and technologies in socio-technical systems—an analysis of transformations in the Australian urban water sector. *Technol. Forecast. Soc. Chang.* 103, 298-312. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.11.023>
- Goel, S., Karri, R. (2020). Entrepreneurial aspirations and poverty reduction: the role of institutional context. *Entrep. Reg. Dev.* 32 (1-2), 91-111.
- Govindarajan, V., Ramamurti, R. (2011). Reverse innovation, emerging markets, and global strategy. *Glob. Strategy J.* 1 (3-4), 191-205. <https://doi.org/10.1002/gsj.23>
- Guest, Greg; MacQueen, Kathleen M. Namey, Emily E. (2012). *Applied Thematic Analysis*, SAGE Publications.

- Heeks, R., Gomez-Morantes, J. E., Graham, M., Howson, K., Mungai, P., Nicholson, B., & Van Belle, J.-P. (2021). Digital platforms and institutional voids in developing countries: The case of ride-hailing markets. *World Development* 145 (2021) 105528. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2021.105528>
- Heeks, R., Gomez-Morantes, J. E., Graham, M., Howson, K., Mungai, P., Nicholson, B., & Van Belle, J. P. (2021). Digital platforms and institutional voids in developing countries: The case of ride-hailing markets. *World Development*, 145, 105528.
- Hinings, B., Gegenhuber, T., & Greenwood, R. (2018). Digital innovation and transformation: An institutional perspective. *Information and Organization*, 28 (1), 52–61. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2018.02.004>
- Hodgson, G. M. (2006). What are institutions?. *Journal of economic issues*, 40(1), 1-25. <https://doi.org/10.1080/00213624.2006.11506879>
- Hodgson, Geoffrey M. (2004). *the Evolution of Institutional Economics; Agency, Structure and Darwinism in American Institutionalism*, Routledge
- Hoskisson, R. E., Wright, M., Filatotchev, I., & Peng, M. W. (2013). Emerging multinationals from midrange economies: The influence of institutions and factor markets. *Journal of Management Studies*, 50(7), 1295–1321. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2012.01085.x>
- Jennings, Jennifer E., and Candida G. Brush. (2013). “Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature?” *The Academy of Management Annals* 7(1): 663–715. <https://doi.org/10.1080/19416520.2013.782190>
- Khanna, T. & Rivkin, J. W. (2001). Estimating the performance effects of business groups in *emerging markets*. *Strategic Management Journal*, 22(1): 45-74. [https://doi.org/10.1002/1097-0266\(200101\)22:1%3C45::AID-SMJ147%3E3.0.CO;2-F](https://doi.org/10.1002/1097-0266(200101)22:1%3C45::AID-SMJ147%3E3.0.CO;2-F)
- Khanna, T. and Palepu, K.G. (2010), *Winning in Emerging Markets: A Road Map for Strategy and Execution*, Harvard Business Press, Boston.
- Khanna, T., & Palepu, K. G. (1997). Why focused strategies may be wrong for emerging markets. *Harvard Business Review*, 75(4), 41–51
- Khanna, T., Palepu, K. (2000). The future of business groups in emerging markets: long-run evidence from Chile. *Acad. Manag. J.* 43, 268–285. <https://doi.org/10.5465/1556395>
- Khanna, T., Palepu, K. (2010). *Winning in Emerging Markets: A Road Map for Strategy and Execution*. Harvard Business Press, Bost.
- Kimmitt, J., Muñoz, P., & Newbery, R. (2020). Poverty and the varieties of entrepreneurship in the pursuit of prosperity. *Journal of Business Venturing*, 35(4), 105939. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.05.003>
- Knight, Jack. (1992) *Institutions and Social Conflict*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kunduru, S.R. (2024). Institutional Voids and Digital Ecosystems of India’s Public Sector. In: Sharma, S.K., Dwivedi, Y.K., Metri, B., Lal, B., Elbanna, A. (eds) *Transfer, Diffusion and Adoption of Next-Generation Digital Technologies*. TDIT 2023. IFIP Advances in Information and Communication Technology, vol 697. Springer, Cham.
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An introduction to qualitative research interviewing*.
- Le Dinh, T., Vu, M. C., & Ayayi, A. (2018). Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1–17.
- Liedong, T. A., Peprah, A. A., Amartey, A. O., & Rajwani, T. (2020). Institutional voids and firms' resource commitment in emerging markets: A review and future research agenda. *Journal of International Management*, 26(3), 100756. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2020.100756>
- Lin, C., Atkin, D., Cappotto, C., Davis, C., Dean, J., Eisenbaum, J., House, K., Lange, R., Merceron, A., Metzger, Mitchum, Nicholls, A., Vindican, S, H. (2015). Ethnicity, digital divides and uses of the internet for health information. *Comput. Hum. Behav.* 5, 216–223. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.054>
- Littlewood, D.C. and Kiyumbu, W. (2018). Hub’ organisations in Kenya: what are they? What do they do? And what is their potential?, *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 131, pp. 276-285. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.09.031>
- Lux, S., Crook, T.R., Woehr, D.J. (2011). Mixing business with politics: a meta-analysis of the antecedents and outcomes of corporate political activity. *J. Manag.* 37 (1), 223–247. <https://doi.org/10.1177/0149206310392233>

- Lyon, F. (2000). Trust, networks and norms: The creation of social capital in agricultural economies in Ghana. *World Dev.* 28 (4), 663–681. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.006>
- Mair, J., & Marti, I. (2009). Entrepreneurship in and around institutional voids: A case study from Bangladesh. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 419–435. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.006>
- Malik, F., Heeks, R., Masiero, S., & Nicholson, B. (2021). Digital labour platforms in Pakistan: Institutional voids and solidarity networks. *Information Technology & People*, 34(7), 1819–1839. <https://doi.org/10.1108/ITP-04-2020-0218>
- Malik, F., Nicholson, B., & Heeks, R. (2017). Understanding the development implications of online outsourcing. In J. Choudrie (Ed.), *International Conference on Social Implications of Computers in Developing Countries* (pp. 425–436). Cham: Springer.
- McAdam, M., Crowley, C., & Harrison, R. T. (2019). To boldly go where no [man] has gone before. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 912–922. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.051>
- Miller, D., Lee, J., Chang, S., & Breton-Miller, I. L. (2009). Filling the institutional void: the social behavior and performance of family vs. non-family technology firms in emerging markets. *Journal of International Business Studies*, 40: 802–817. <https://doi.org/10.4337/9781848443228.00009>
- North, D. C. (1991). Institutions. *Journal of economic perspectives*, 5(1), 97-112
- Novo-Corti, I., Varela-Candamio, L., García-Álvarez, M. (2014). Breaking the walls of social exclusion of rural women by means of ICTs: the case of ‘digital divides’ in Galician. *Comput. Hum. Behav.* 30, 497–507. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.06.017>
- Olthaar, M., Dolfisma, W., Lutz, C., Noselett, F. (2017). Markets and institutional swamps: tensions confronting entrepreneurs in developing countries. *J. Inst. Econ.* 13 (2), 243–269. doi:10.1017/S1744137416000308
- Palepu, Krishna G., and Tarun Khanna. (1998). Institutional Voids and Policy Challenges in Emerging Markets. *The Brown Journal of World Affairs* 5(1): 71–8.
- Parquet, G., Alsyne, M., Choudary, S. (2016). *Platform Revolution: How Networked Markets are Transforming the Economy, and How to Make Them Work for You*. W. W. Norton & Company (ISBN-10: 0393249131).
- Parthasarathy, B., & Matilal, O. (2019). *The Platform Economy and Digital Work*, DIODE Paper no.9, CDI. UK: University of Manchester.
- Peng, M. W., Sun, S. L., Pinkham, B., & Chen, H. (2009). The institution-based view as a third leg for a strategy tripod. *Academy of Management Perspectives*, 23(3), 63–81. <https://doi.org/10.5465/amp.2009.43479264>
- Ranjbar, H., Haghdoost, A. A., Salsali, M., Khoshdel, A., Soleimani, M., & Bahrami, N. (2012). Sampling in qualitative research: A guide for beginning. *Annals of Military and Health Sciences Research*, 10(3), 238–250. [In Persian]
- S. Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(6), 1029-1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Sarkar, S., Waldman-Brown, A., & Clegg, S. (2023). A digital ecosystem as an institutional field: curated peer production as a response to institutional voids revealed by COVID-19. *R&D Management*, 53(4), 695-708. <https://doi.org/10.1111/radm.12555>
- Scott, W.R., (1995). *Institutions and Organizations*. Sage, Thousand Oaks, CA.
- Si, S., Ahlstrom, D., Wei, J., & Cullen, J. (2021). Introduction: Business, entrepreneurship and innovation toward poverty reduction. In *Business, entrepreneurship and innovation toward poverty reduction* (pp. 1-20). Routledge. <https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1640485>
- Soluk, J., Kammerlander, N., & Darwin, S. (2021). Digital entrepreneurship in developing countries: The role of institutional voids. *Technological Forecasting & Social Change*, 170, 120876. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120876>
- Sutter, C., Bruton, G.D., Chen, J. (2019). Entrepreneurship as a solution to extreme poverty: a review and future research directions. *J. Bus. Ventur.* 34 (1), 197–214. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.06.003>
- Tracey, P., & Phillips, N. (2011). Entrepreneurship in emerging markets. *Management International Review*, 51(1), 23–39. <https://doi.org/10.1007/s11575-010-0066-8>

- Uzunca, B., Rigtering, J. C., & Ozcan, P. (2018). Sharing and shaping: A cross-country comparison of how sharing economy firms shape their institutional environment to gain legitimacy. *Academy of Management Discoveries*, 4(3), 248–272. <https://doi.org/10.5465/amd.2016.0153>
- Von der Heydte, Lisa. (2020). *Challenges Resulting from Multiple Institutional Logics in Hybrid Organizations: The Case of Social Business Hybrids*. Springer Nature.
- Vrande, V., van de, Jong, J.P.J.de, Vanhaverbeke, W., Rochemont, M.de, (2009). Open innovation in SMEs: trends, motives and management challenges. *Technovation* 29(6-7), 423–437. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2008.10.001>
- Wells, Alan. (1970). *Social Institutions*. London: Heinemann.
- Wright, M., Filatotchev, I., Hoskisson, R.E., Peng, M.W., (2005). Strategy research in emerging economies: challenging the conventional wisdom. *J. Manag. Stud.* 26, 1–34. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2005.00487.x>
- Wu, J., Si, S., & Yan, H. (2022). Reducing poverty through the shared economy: Creating inclusive entrepreneurship around institutional voids in China. *Asian Business & Management*, 21, 155–183. <https://doi.org/10.1057/s41291-020-00113-3>