



فصلنامه مدیریت عملیات

سال چهارم، شماره ۱۶، زمستان ۱۴۰۳

آسیب شناسی کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال کشور ایران^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۸/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۲۶

نیلوفر مرادحاصل^۲

فریده شهیدی^۳

چکیده:

کسب و کارهای فعال در حوزه اقتصاد دیجیتال تاکنون از زوایای گوناگون مورد مطالعه قرار گرفته‌اند و اغلب پژوهشگران بر این باورند که این نوع از کسب و کارها در عصر حاضر، به‌عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی شناخته می‌شوند. مطالعات بین‌المللی نیز تأکید دارند که اقتصاد دیجیتال، با ارتقای بهره‌وری، توسعه بازارها و افزایش نوآوری، نقش مهمی در رشد اقتصادی ایفا می‌کند. با این حال، این حوزه با چالش‌ها و موانع متعددی مواجه است. از جمله مهم‌ترین موانع می‌توان به ناکارآمدی قوانین و مقررات، ناپایداری زیرساخت‌های ارتباطی، محدودیت‌های ناشی از فیلترینگ، نبود قوانین شفاف و یکپارچه، و کمبود حمایت‌های مالی و سرمایه‌ای اشاره کرد. برای نمونه، در خرداد ۱۴۰۴، ایران با یک خاموشی سراسری اینترنت مواجه شد که بر اساس گزارش‌های بین‌المللی، میلیون‌ها کاربر را از دسترسی به شبکه جهانی محروم کرد و تأثیرات منفی جدی بر کسب و کارهای دیجیتال برجای گذاشت. بر این اساس، در مقاله حاضر با مرور مطالعات پیشین و انجام مصاحبه با خبرگان، به آسیب‌شناسی کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال کشور پرداخته شده است. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که برای بهره‌برداری مؤثرتر از ظرفیت‌ها و فرصت‌های این حوزه، باید هم‌راستا با اصلاح قوانین و مقررات، زیرساخت‌های فناورانه توسعه یابد، فرهنگ کارآفرینی تقویت شود و سرمایه‌گذاری‌های گسترده‌تری صورت گیرد. گزارش‌های پژوهشی در سطح جهانی نیز نشان می‌دهند که هماهنگی میان سیاست‌گذاری، توسعه فناوری و ارتقای مهارت‌های دیجیتال از الزامات موفقیت اقتصاد دیجیتال در کشورهای در حال توسعه است. در چنین شرایطی، ایران می‌تواند نقش مؤثری در بازارهای جهانی اقتصاد دیجیتال ایفا کند و جایگاه مناسبی در این عرصه به‌دست آورد.

واژگان کلیدی: کسب و کار، اقتصاد دیجیتال، SWOT، راهکار، ایران

^۱ این مقاله در چهارمین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد و مدیریت کسب و کار (مرداد ۱۴۰۴) ارائه شده است.

^۲ عضو هیئت علمی پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات، nmoradhasel@itrc.ac.ir

^۳ پژوهشگر پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات، fshahidi@itrc.ac.ir

۱. مقدمه

بدون تردید، بخش قابل توجهی از رشد و توسعه اقتصادی کشورها در دهه‌های اخیر، مرهون بهره‌گیری مؤثر از قابلیت‌های فناوری‌های نوین و فرصت‌هایی است که از این فناوری‌ها ناشی می‌شود. ازجمله مهم‌ترین حوزه‌های کاربرد فناوری در حوزه فضای کسب‌وکار می‌باشد. با توجه به گستره و تنوع فعالیت‌های اقتصادی و میزان تأثیرپذیری آنها، به نظر می‌رسد که قابلیت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات توانایی آن را دارند که از جنبه‌های مختلف (اعم از مستقیم و غیرمستقیم) فرآیندهای اقتصادی را تحت تأثیر قرار دهند. یکی از مهم‌ترین تأثیرات این فناوری‌ها، تسهیل و بهبود فضای کلی کسب‌وکار در کشورها است؛ فضایی که تعاملات اقتصادی داخلی و نظام تبادلات درون‌زای آن را شامل می‌شود (لیو^۱، ۲۰۲۴).

تجربه کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد که فناوری اطلاعات و ارتباطات، در کنار سایر عوامل مؤثر نظیر حاکمیت قانون، سهولت دسترسی به منابع مالی و آموزش نیروی انسانی، نقش تعیین‌کننده‌ای در بهبود محیط کسب‌وکار و ارتقاء شاخص‌های رقابت‌پذیری ایفا کرده است. در این کشورها، توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، سیاست‌گذاری‌های منسجم و حمایت هدفمند از نوآوری‌های فناورانه، بستر رشد پایدار اقتصادی را فراهم کرده است.

در مقابل، با وجود آن‌که اقتصاد دیجیتال در ایران هنوز در مراحل اولیه رشد و توسعه قرار دارد، فعالیت‌هایی همچون استارت‌آپ‌ها، فروشگاه‌های اینترنتی، خدمات آنلاین و پلتفرم‌های دیجیتال در کشور شکل گرفته است. همچنین با توجه به جمعیت جوان و میزان بالای نفوذ اینترنت و تلفن همراه، فرصت‌های مناسبی برای توسعه کسب‌وکارهای دیجیتال فراهم آمده است. طبق گزارش ایران دیجیتال، در ابتدای سال ۲۰۲۵ حدود ۷۹,۶ درصد از جمعیت کشور کاربر اینترنت بوده‌اند و بیش از ۱۵۲ میلیون اتصال تلفن همراه ثبت شده است. همچنین بیش از ۶۰ درصد جمعیت کشور زیر ۳۵ سال سن دارند.

¹ Liu

با وجود پتانسیل فراوان در کشور، روند توسعه کسب و کارهای این حوزه همچنان فاصله قابل توجهی با استانداردهای بین المللی و وضعیت کشورهای پیشرو در این عرصه دارد. عوامل متعددی مانع از سرعت گیری این توسعه شده اند، که از جمله مهم ترین آنها می توان به کمبود سرمایه گذاری مناسب، پیچیدگی ها و ابهامات قانونی، ضعف زیرساخت های فناورانه و نبود فرهنگ سرمایه گذاری مخاطره آمیز اشاره کرد.

۲. روش تحقیق

در این مقاله، بر اساس داده های کیفی حاصل از مصاحبه با ۱۰ صاحب نظر و فعال در کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال، مطالب مستخرج از مصاحبه ها کدگذاری شده و با تحلیل داده های کیفی انجام شده نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید این حوزه شناسایی گردید. سپس، بر پایه تحلیل پارتو، مؤثرترین عوامل در هر دسته تعیین شدند. در ادامه، ماتریس SWOT تدوین و در نهایت، راهبردهایی جهت بهبود وضعیت کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال براساس این ماتریس ارائه شده است.

۳. مبانی نظری

در تدوین این بخش، از منابع علمی معتبر شامل کتب دانشگاهی، مقالات پژوهشی و گزارش های سیاست گذاری از پایگاه های بین المللی نظیر گزارش های OECD، MDPI، UNCTAD و Nature استفاده شده است. هدف این بخش، تبیین مفاهیم بنیادین و چارچوب نظری لازم برای تحلیل تأثیر فناوری های نوین بر فضای کسب و کار و توسعه اقتصاد دیجیتال، با تمرکز بر ساختار بازار، رفتار مصرف کننده، و تحولات سازمانی است.

۱-۳ مفهوم و ویژگی های کسب و کار در عصر دیجیتال

کسب و کار در تعریف عمومی، به مجموعه ای از فعالیت های اقتصادی اطلاق می شود که با هدف سودآوری از طریق تولید، خرید یا ارائه کالا و خدمات انجام می گیرد. ویژگی های اصلی کسب و کار شامل تولید یا انتقال ارزش، تکرار تعاملات اقتصادی، انگیزه سود و

ریسک‌پذیری است. در عصر دیجیتال، این تعاریف با ورود فناوری‌های نوظهور دچار تحولاتی عمیق شده‌اند.

۲-۳ تحول فضای کسب‌وکار با فناوری‌های نوین

تحولات فناورانه در پنج سال اخیر، به‌ویژه با گسترش هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، کلان‌داده و خدمات ابری، باعث شده ساختار سنتی کسب‌وکارها جای خود را به مدل‌های نوین کسب و کار دیجیتال بدهند. در این ساختار جدید، زنجیره‌های ارزش، فرآیندهای تولید و مصرف، رفتار مشتری، و حتی مدل‌های سازمانی مبتنی بر داده، ارتباطات دیجیتال و تعاملات چندسویه بازتعریف شده‌اند در اقتصاد دیجیتال، مرز میان تولیدکننده و مصرف‌کننده کمرنگ‌تر شده و در بسیاری از موارد، مصرف‌کنندگان در قالب پلتفرم‌های تعاملی نقش تولیدکننده یا ارائه‌دهنده خدمات را نیز ایفا می‌کنند پدیده‌هایی نظیر Prosumerism یا «تولید-مصرف‌گرایی» و اقتصاد مشارکتی (Sharing Economy) نمونه‌هایی از این تحول هستند.

۳-۳ اطلاعات، زیرساخت اصلی اقتصاد دیجیتال

یکی از مؤلفه‌های کلیدی در محیط کسب‌وکار دیجیتال، اطلاعات است که به‌عنوان عنصر محوری در برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری و طراحی استراتژی‌ها نقش ایفا می‌کند. دسترسی لحظه‌ای به داده‌های بازار، بازخورد کاربران، و تحلیل پیش‌بینانه، به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که با دقت بیشتری به نیازهای بازار پاسخ دهند و نسبت به رقبا برتری رقابتی پیدا کنند.

افزایش رقابت‌پذیری، توسعه بازارها و شکسته‌شدن انحصارات سنتی، سازمان‌ها را ناگزیر ساخته است تا بازنگری‌های جدی در ساختار و عملکرد خود داشته باشند. سیستم‌های اطلاعاتی و پلتفرم‌های هوشمند، نحوه تعامل میان واحدهای داخلی سازمان و همچنین ارتباط با مشتریان را متحول کرده‌اند.

۴-۳ مزایای فناوری‌های دیجیتال برای کسب‌وکارها

تحقیقات اخیر نشان می‌دهد که بهره‌گیری از فناوری‌های نوین در فضای کسب و کار منجر به موارد زیر شده است:

- کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری عملیاتی
- بهبود سرعت و دقت در اطلاع‌رسانی و خدمات‌رسانی
- توان تحلیل داده‌های بازار و رفتار مشتری
- توسعه بازارهای هدف و جلوگیری از ریزش مشتری
- بهبود تجربه مشتری و خلق ارزش افزوده
- انعطاف‌پذیری در طراحی و بازطراحی مدل‌های کسب و کار

این مزایا باعث شده‌اند فناوری دیجیتال نه تنها یک ابزار، بلکه بخش جدایی‌ناپذیری از ساختار و ماهیت سازمان‌ها در عصر جدید تلقی شود.

۴. تحلیل SWOT

پیشرفت‌های فناورانه کشور ایران، کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال را در مسیر توسعه قرار داده است؛ هرچند این مسیر با فرصت‌های بی‌نظیر و پتانسیل‌های قابل توجهی همراه است، اما مواجهه با چالش‌ها و موانع متعدد نیز است. در این راستا، تحلیل SWOT (نقاط قوت، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها) ابزار ارزشمند و مؤثری است که امکان درک جامع‌تری از وضعیت حال حاضر و ارزیابی راهبردی حوزه کسب و کارهای دیجیتال در کشور را فراهم می‌آورد. این تحلیل، با شناسایی عوامل داخلی و خارجی که بر توسعه و پایداری این کسب و کارها تأثیر می‌گذارند، می‌تواند به سیاست‌گذاران، فعالان حوزه و سرمایه‌گذاران کمک کند تا استراتژی‌های هوشمندانه‌تری برای بهره‌گیری از فرصت‌ها و مقابله با تهدیدها تدوین نمایند.

بر همین اساس در ادامه، به بررسی و تدوین ابعاد چهارگانه مدل SWOT شامل نقاط قوت، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای محیط کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال پرداخته می‌شود. هدف آن است که تصویری جامع، تحلیلی و راهبردی از وضعیت موجود و چشم‌انداز آینده این حوزه ارائه گردد.

جدول ۱. ماتریس SWOT برای کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال

رتبه	نقاط ضعف	رتبه	نقاط قوت
۰/۸	کمبود سرمایه	۰/۶	نیروی کار متخصص
۰/۹	قوانین و مقررات نامناسب	۰/۵	استراتژی مناسب دولت جهت درآمدزایی بخش ICT
۰/۷	عدم وجود ساختار متناسب در حوزه دیپلماسی اقتصادی به منظور شناسایی بازار هدف	۰/۳	تخصیص تسهیلات از طریق وام وجوه اداره شده و سایر صندوقها
۰/۳	کمبود دانش و مهارت	۰/۶	هزینه پایین تولید
۰/۸	عدم دسترسی به داده‌های باز	۰/۷	رضایت مشتریان
۰/۷	سرعت پایین اینترنت	۰/۸	رشد علمی جامعه به خصوص در حوزه ICT
۰/۴	اعتماد کم کاربران به پلتفرم‌های داخلی	۰/۷	کیفیت بالای محصولات
۴/۶	مجموع	۵/۲	مجموع
	تهدیدها		فرصت‌ها
۰/۵	زیست‌بوم بسته اقتصاد دیجیتال و انزوای شرکت‌های حوزه فاوا	۰/۵	تمرکز بالا بر توسعه آموزش عالی خصوصاً در رشته‌های فنی و مهندسی
۰/۴	کاهش شاخص قدرت خرید	۰/۸	موقعیت ژئوپلیتیک کشور
۰/۹	عدم ثبات اقتصادی (نوسان نرخ ارز، تورم و ...)	۰/۶	پتانسیل کشورهای منطقه عراق و ... برای توسعه خدمات
۰/۹	مهاجرت نیروی کار ساده و ماهر	۰/۴	در دسترس بودن زیرساخت مناسب ارتباطی
۰/۸	تحریم‌های اقتصادی	۰/۵	حمایت از تولید و صادرات غیرنفتی
۰/۷	پایین بودن رتبه سهولت کسب و کار ایران	۰/۷	توسعه کاربری پلتفرم‌های بومی
۰/۶	مداخله بیش از اندازه حاکمیت در اقتصاد	۰/۴	توجه برنامه هفتم به ایجاد مهارت و آموزش دیجیتال
۵	مجموع	۳/۹	مجموع

تحلیل ما نشان می‌دهد که توسعه کسب و کارهای حوزه دیجیتال کشور ایران با چالش‌های قابل توجهی، عمدتاً در ساختار و عملیات، مواجه است. با این حال، با وجود نقاط قوت کسب و کارهای داخلی و عزم ملی و ایجاد یک استراتژی جامع، می‌توان بر این موانع غلبه کرد.

الف. نکات کلیدی

- چالش‌ها: گسترش کسب و کارهای حوزه دیجیتال کشور با چالش‌های ساختاری و عملیاتی مواجه است، همانطور که در تحلیل SWOT برجسته شده است.
- غلبه بر پتانسیل: بسیاری از این چالش‌ها را می‌توان از طریق اراده ملی و برنامه‌ریزی استراتژیک برطرف کرد، که نشان می‌دهد یک برنامه جامع و خوب طراحی شده می‌تواند نقاط ضعف و تهدیدهای شناسایی شده را کاهش دهد.
- شناسایی حوزه استراتژیک: بر اساس ماتریس SWOT، نتایج نشان می‌دهد که تهدیدها بر فرصت‌ها و نقاط قوت بر نقاط ضعف غلبه دارند. این وضعیت، موضوع را در ربع ST (تهدیدها - نقاط قوت) مدل برنامه‌ریزی استراتژیک قرار می‌دهد، که نشان می‌دهد استفاده از قوت‌ها برای مقابله با نقاط ضعف و تهدیدها، استراتژی پیشنهادی است.
- با قرار دادن استراتژی در ربع ST، کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال بایستی با حداقل رساندن تهدیدها با استفاده از نقاط قوت یا بکارگیری استراتژی‌های رقابتی وضع موجود خود را بهبود دهند.

تأکید بر تمرکز بر قوت‌های کسب و کارها، مانند نیروی انسانی ماهر، هزینه پایین در ارائه کالا و خدمات، رضایت مشتریان و امثال آن برای کاهش نقاط ضعف، از جمله کمبود سرمایه، کمبود دانش و مهارت در جامعه و امثال آن خواهد بود. همچنین تمرکز بر رسیدگی به مسائل ساختاری و عملیاتی از طریق ابتکارات هدفمند، همکاری‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها در ایجاد و توسعه کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال خواهد بود.

۵. راهکارها

برای بهبود فضای کسب و کار در حوزه اقتصاد دیجیتال ایران، می‌توان راهکارهای زیر را بر اساس نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها پیشنهاد داد:

الف- توسعه و تقویت آموزش و مهارت‌های تخصصی

- برقراری برنامه‌های آموزشی کاربردی و تخصصی برای کاهش کمبود دانش و مهارت‌های لازم در نیروهای انسانی.
- تشویق به آموزش مداوم و بهره‌گیری از دوره‌های فنی و مهارتی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش فنی حرفه‌ای.
- ب- ارتقاء و تنوع محصولات و خدمات
 - سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه برای افزایش کیفیت و تنوع محصولات و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین.
 - تمرکز بر توسعه محصولات نوآورانه که بر نیازهای بازار و ترجیحات مشتریان پاسخ دهند.
- ج- بهبود و توسعه زیرساخت‌ها و شبکه‌های ارتباطی
 - حمایت دولت و بخش خصوصی در ایجاد و توسعه زیرساخت‌های ارتباطی و فناوری اطلاعات.
 - راه‌اندازی طرح‌های ملی برای برطرف کردن ضعف زیرساخت‌ها و افزایش ظرفیت شبکه‌های ارتباطی.
- د- جذب سرمایه‌گذاری و حمایت‌های مالی
 - فعال‌سازی سیاست‌های تشویقی و تسهیلات مالی برای جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی.
 - ترغیب دولت به افزایش حمایت‌های مالی و تسهیل فرآیندهای دریافت وام و حمایت‌های مالی.
- ه- تقویت همکاری‌های بین‌المللی و توسعه روابط تجاری
 - بهره‌گیری از فرصت‌های بین‌المللی برای توسعه بازار و انتقال فناوری‌های نوین.
 - شرکت در کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌های جهانی جهت افزایش شناخت بازارهای خارجی و ارتقاء برندهای داخلی.
- و- اصلاح و بهبود قوانین و مقررات
 - پیشنهاد اصلاحات در قوانین حاکم بر حوزه فناوری و اقتصاد دیجیتال جهت کاهش موانع و فراهم کردن فضای کسب‌وکار آسان تر.
 - مقابله با انحصارگرایی دولت و ایجاد فضای رقابتی سالم.

ز- رفع موانع ساختاری و نهادی

- تقویت نظارت و اصلاح فرآیندهای اداری برای کاهش بروکراسی و تسریع در وام‌ها و حمایت‌های دولتی.
- اصلاح ساختارهای نهادی و افزایش آگاهی دولت از نیازها و ویژگی‌های بازار دیجیتال.

ح- حمایت و تشویق شرکت‌های نوپا و استارت‌آپ‌ها

- ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری و برنامه‌های حمایتی مقیاس‌پذیر برای شرکت‌های نوپا.
- فراهم کردن بسترهای حمایتی برای توسعه و رشد استارت‌آپ‌ها، از جمله فضای کاری مشترک، آموزش و مشاوره.

ط- افزایش آگاهی جامعه و مشتریان

- برگزاری کمپین‌های آگاهی‌بخشی و آموزش مردم درباره فرصت‌ها و مزایای فناوری‌های دیجیتال.
- بهبود فرهنگ استفاده و پذیرش فناوری در جامعه با تمرکز بر جنبه‌های امنیت و اعتماد. با اجرای این راهکارها، می‌توان به سمت بهبود اکوسیستم اقتصاد دیجیتال ایران حرکت کرد، فضای کسب‌وکار را رقابتی‌تر و پایدارتر ساخت و تهدیدهای موجود را کاهش داد.

۶. جمع‌بندی و پیشنهادات

بر اساس مصاحبه‌ها، تصویر کلی از کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال ایران نشان می‌دهد که ضعف اصلی در این حوزه مربوط به قوانین و مقررات ناکارآمد است. ناتوانی در قانون‌گذاری، سیاست‌گذاری، اجرا و نظارت باعث شده است تا کسب‌وکارها با مسائل زیادی مواجه باشند. با اصلاح قوانین تأثیرگذار بر توسعه اقتصاد دیجیتال همچون:

- مقررات حفاظت از حریم خصوصی
- مقررات مالکیت فکری
- مقررات بی‌طرفی شبکه
- مقررات تجارت الکترونیکی
- مقررات امنیت سایبری

- مقررات رقابت

تأثیر مثبتی بر توسعه کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال گذاشته می‌شود. همچنین، دولت باید برای نگاهداشت نیروی انسانی، افزایش تعاملات بین المللی، تقویت فرهنگ کارآفرینی، جذب سرمایه داخلی و خارجی و افزایش کیفیت اینترنت پر سرعت اقدام جدی داشته باشد.

فهرست منابع

- Liu, Z. & Lei, Y. & Huang, W. (2024). Synergistic Development Between Digitalization and Greening Promotes Regional Innovation and Human Capital. Nature Scientific Reports. <https://www.nature.com/articles/s41598-024-79112-9>
- World Bank. (2022). World Development Report 2022: Financing for an Equitable Recovery. <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2022>
- DataReportal. (2025). Digital 2025: Iran. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-iran>
- Bukht, R. & Heeks, R. (2020). Forecasting the Evolution of the Digital Economy. MDPI – Journal of Risk and Financial Management, 17(9), 393. <https://www.mdpi.com/1911-8074/17/9/393>.
- OECD. (2020). Digital Transformation of SMEs. OECD Publishing. <https://www.oecd.org/digital/smes>
- UNCTAD. (2019). Digital economy report. United Nations, P:6.
- DCO (Digital Cooperation Organization). (2024). Digital Economy Trends 2025. <https://dco.org/wp-content/uploads/2024/12/Digital-Economy-Trends-2025.pdf>
- Fadhlurrahman, M.A. (2024). Digital Business Transformation and Strategic Alignment in the Post-COVID Era. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 19(2), 112–129. <https://www.researchgate.net/publication/378124804>
- Remane, U. & Uhlig, P. (2022). A Systematic Literature Review on Digital Business Strategy: Research Streams and Future Directions. FH Wedel.

IAB (Interactive Advertising Bureau). (2025). Measuring the Digital Economy 2025. <https://www.iab.com/news/measuring-digital-economy-2025>.

Moradhasil, N. (2023). Designing an investment model and providing resources in the core of the digital economy, considering the policy approach of the Seventh Development Plan and the re-creation of the National Information Network Master Plan and Architecture Document, Project Code: 914012710, Research Institute of Communications and Information Technology, December 2023. (in Persian)

Pathology of Businesses in the Digital Economy in Iran¹

Niloufar Moradhasil²

Faride Shahidi³

Abstract:

Businesses active in the digital economy have been studied from various angles so far, and most researchers believe that these types of businesses are known as the driving force of economic development in the present era. International studies also emphasize that the digital economy plays an important role in economic growth by improving productivity, developing markets, and increasing innovation. However, this area faces numerous challenges and obstacles. Among the most important obstacles are the ineffectiveness of laws and regulations, the instability of communication infrastructure, restrictions due to filtering, the lack of transparent and integrated laws, and the lack of financial and capital support. For example, in June 2025, Iran experienced a nationwide internet blackout that, according to international reports, deprived millions of users of access to the global network and had serious negative effects on digital businesses. Accordingly, this article reviews previous studies and interviews with experts to examine the pathology of businesses in the country's digital economy. The results obtained show that in order to more effectively exploit the capacities and opportunities of this area, technological infrastructure should be developed in line with the reform of laws and regulations, entrepreneurial culture should be strengthened, and more extensive investments should be made. Global research reports also show that coordination between policymaking, technology development, and the promotion of digital skills are essential for the success of the digital economy in developing countries. In such circumstances, Iran can play an effective role in the global digital economy markets and gain a suitable position in this field.

Keywords: Business, Digital Economy, SWOT, Solution, Iran.

¹ This paper was presented at the Fourth International Conference on Economics and Business

² Faculty member, Institute of Communication and Information Technology, nmoradhasil@itrc.ac.ir

³ Researcher, Institute of Communication and Information Technology, fshahidi@itrc.ac.ir