

عنوان پروژه: «شناسایی نقشه‌ی برند همراه اول در اکوسیستم نوآوری و کسب‌وکارهای نوپا و مقایسه‌ی آن با رقبا (اپراتورهای دیگر)»

نوع تحقیق: پژوهش میدانی با رویکرد کیفی است.

خلاصه مدیریتی:

❖ موضوع:

«شناسایی نقشه‌ی برند همراه اول و مقایسه با رقبا در عناصر صف اکوسیستم نوآوری و کسب‌وکارهای نوپا»

❖ کارفرما:

اداره کل نوآوری شرکت ارتباطات سیار ایران

❖ محل، زمان و مهلت دریافت و تحویل استعلام:

شرکت/فرد پیمان کار موظف است
اسناد و مدارک مورد نیاز را تحویل اداره کل تدارکات
همراه اول کنند.

❖ برآورد حق الزحمه:

حق الزحمه پیشنهادی برای انجام این پروژه در پروپوزال عنوان گردد.

❖ الزامات فراخوان:

با توجه به اهمیت شناخت وضعیت موجود برند همراه اول و رقبای آن در اکوسیستم نوآوری برای انجام هر گونه عملیات در این اکوسیستم، اداره کل نوآوری همراه اول بنا دارد تا در اسرع وقت نسبت به شناسایی نقشه‌ی برند همراه اول در اکوسیستم نوآوری اقدام کند.

مقدمه

پیشرفت های شگرف در عرصه های فناوری اطلاعات و ارتباطات، که از آن با عنوان انقلاب چهارم صنعتی یاد می شود، جهان را در معرض تحولی بزرگ قرار داده است؛ تحولی که در مفاهیم و فناوری های همچون اینترنت اشیاء، رایانش ابری، رسانه های اجتماعی، فضای مجازی، تکنولوژی داده ها، هوش مصنوعی، و... تجلی پیدا کرده و شرکت ها و سازمان ها را با تغییرها و چالش های جدی مواجه کرده است. در این میان، «فناوری ارتباطات سیار» به عنوان پیشران اصلی صنعت ارتباطات در مرکز این تحول قرار دارد و همراه اول نیز به عنوان بزرگترین اپراتور همراه کشور راهبرد جدید خود را بر پایه ی توسعه ی اکوسیستم دیجیتال و توانمند کردن فعالان این حوزه قرار داده است. در همین راستا می توان به چشم انداز ۵ ساله ی همراه اول، «یکی از رهبران بازار 4G | منطقه، با ارائه ی خدمات و راهکارهای هوشمند برای توانمندسازی اکوسیستم دیجیتال» و ماموریت شرکت مخابرات سیار، «تحقق رویای دیجیتال» اشاره کرد. از طرفی بعد مهمی از اکوسیستم دیجیتال را می توان تصویر شده در اکوسیستم نوآوری و کسب و کارهای نوپا دید. به عبارتی در افق جدید همراه اول حضور در اکوسیستم کسب و کارهای نوپا یک ضرورت انکار ناپذیر است.

بیان مساله

در این بین حضور شرکت ارتباطات سیار و یا هر شرکت دیگری در اکوسیستم نوآوری نیازمند شناخت ذهنیت و افکار عمومی در اکوسیستم نسبت به آن شرکت است. همراه اول نیز در راستای بهبود فرآیندها و مدل حضور خود در اکوسیستم نوآوری و کسب و کارهای نوپا نیاز مبرمی به شناسایی این ذهنیت ها در قالب دست یافتن به موجودیت برند خود و رقبا دارد. به عبارتی مساله ی مهمی که در حوزه ی برندینگ همراه اول در این اکوسیستم وجود دارد شناسایی وضع موجود برند همراه اول و رقبا در اکوسیستم نوآوری و کسب و کارهای نوپا در قالب نقشه ی برند همراه اول است؛ چرا که هر گونه حرکت بعدی همراه اول در این اکوسیستم را تحت تاثیر قرار می دهد.

اهداف پژوهش

اهداف اصلی

- شناسایی نقشه‌ی برندینگ همراه اول در عناصر صف اکوسیستم نوآوری و کسب‌وکارهای نوپا
- شناسایی نقشه‌ی برندینگ رقبای همراه اول (اپراتور) در عناصر صف اکوسیستم نوآوری و کسب‌وکارهای نوپا

اهداف فرعی

- شناسایی نقاط قوت و ضعف برند همراه اول و رقبا (اپراتور)
- شناسایی تهدیدها و فرصت‌های برند همراه اول و رقبا (اپراتور)
- ارائه‌ی ماتریس SWOT و تحلیل آن برای همراه اول از نگاه همراه اول

جامعه آماری

جامعه‌ی آماری این پژوهش را مجموعه‌ی استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان رسمی و در حال طی کردن مراحل دانش بنیان شدن در ایران، تشکیل می‌دهند.

حداقل‌های فنی پژوهش

در این پژوهش نیاز اصلی همراه اول داشتن نقشه‌ی برندینگ در اکوسیستم نوآوری و کسب‌وکارهای نوپا است. پر واضح است که این نقشه باید به خوبی برجستگی کلیدواژه‌های موثر در برند همراه اول و ارتباط آنها را با هم را برساند. پیشنهاد می‌شود خروجی کار علاوه بر مدل‌های مرسوم در قالب یک اینفوگرافیک رنگی نیز ارائه شود.

از طرفی تحلیل و تفسیر مناسب نتایج در بخش یافته‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است. به عبارتی ارائه صرف نقشه کافی نیست و پژوهش‌گران بایستی مطابق با اهداف اصلی و فرعی خواسته شده یک مجموعه‌ی راهنما به همراه نقشه ارائه دهند.

نکات روشی در این پژوهش از اهمیت بالایی برخوردار است و لازم است پژوهشگران علاوه بر توضیح دقیق در طرح‌نامه در جلسه‌ی حضوری از تمامی مراحل انجام پژوهش دفاع کنند.

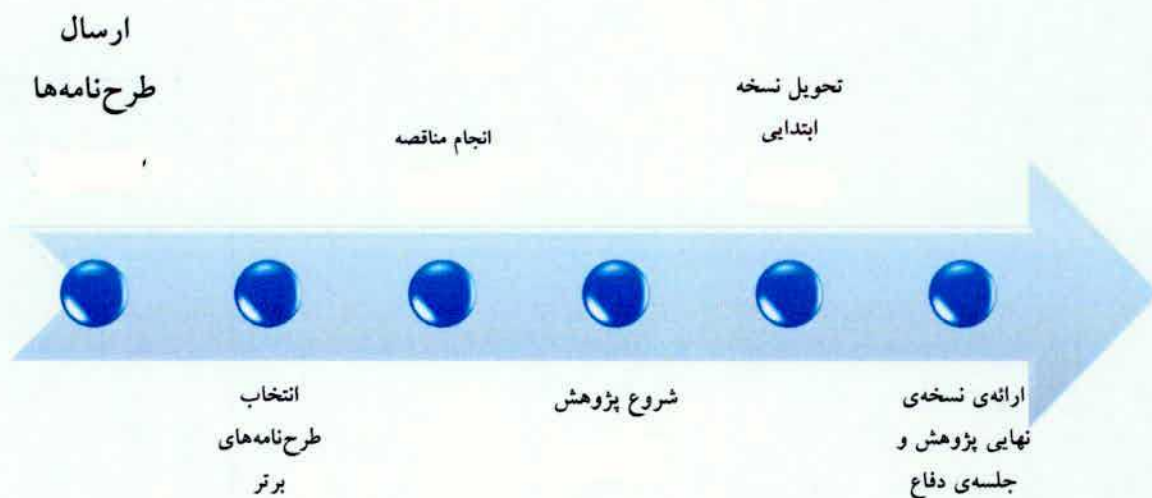
نتایج پژوهش

خروجی‌های مد نظر این پژوهش عبارتند از:

- نقشه‌ی برند مستقل همراه اول در اکوسیستم نوآوری و کسب‌وکارهای نوپا
- نقشه‌ی برند همراه اول در مقایسه با رقبا در اکوسیستم نوآوری و کسب‌وکارهای نوپا
- لیست تفکیکی نقاط قوت و ضعف برند همراه اول در اکوسیستم نوآوری و کسب‌وکارهای نوپا
- ماتریس SWOT برند همراه اول از نگاه این شرکت در اکوسیستم کسب‌وکارهای نوپا
- تحلیل و تفسیر نقشه‌های فوق‌الذکر و ماتریس SWOT از نگاه همراه اول

برنامه‌ی زمان‌بندی

با توجه به این که اداره‌ی کل نوآوری همراه اول نیاز دارد تا در اسرع وقت نتایج فوق الذکر را داشته باشد، خط زمانی پیشرفت پروژه بدین صورت ارائه می‌گردد.



زمان و مکان ارائه‌ی طرح نامه‌ها

طرح نامه‌ها باید حداکثر تا تاریخ خرداد ماه یا به صورت حضوری به اداره کل نوآوری همراه اول واقع در تهران، خیابان ونک، ساختمان شماره‌ی سه همراه اول ارائه شود و یا از طریق ایمیل به آدرس ... ارسال شوند.

عناصر طرح نامه

پیشنهاد می‌شود طرح نامه‌ها حتما شامل ادبیات، مطالعه‌ی پژوهش‌های پیشین مشابه در ایران و سایر کشورها، توضیحات روشی، زمان بندی و بودجه بندی و شیوه‌ی دقیق ارائه‌ی گزارش نهایی پژوهش باشند. بدیهی است وجود عناصر مرسوم دیگر در طرح نامه بر دقت و احتمال پذیرفته شدن آن می‌افزاید.

روش پژوهش:

طبیعتا به دلیل انجام پژوهش به روش کیفی ابزارهای کیفی مناسب‌ترین ابزار برای پیش برد این پژوهش خواهند بود. در ابتدا به نظر می‌رسد بهترین ابزار استفاده از مصاحبه‌ی عمیق با تعداد محدودی از مخاطبان اکوسیستم باشد. در این صورت بخصوص به دلیل پراکندگی بسیار زیاد این اکوسیستم- مشکل اساسی آن است که نتایج پژوهش به خوبی قابل تعمیم

سفارش نامه برای طرح های پژوهشی
(Request For Proposal)



به کل اکوسیستم نخواهد بود. به همین دلیل پیش نهاد می گردد در مسیر انجام پژوهش از مصاحبه های باز، نیمه ساختار یافته و کوتاه تر با تعداد بیشتری از اعضای اکوسیستم استفاده شود.

در این روش پیشنهاد می گردد چند سوال متناسب با اهداف پژوهش از پیش طراحی شود و پژوهشگران ضمن یافتن پاسخ آن ها از ویژگی های مصاحبه ای باز نیز بهره مند شوند. و در نهایت با استفاده از تحلیل محتوای کیفی و نرم افزا مکس کیودا (MAXQDA) به تحلیل یافته ها بپردازند.

همچنین پیش نهاد می شود روش نمونه گیری در پژوهش نمونه گیری سهمیه ای باشد و نسبت مناسبی به بخش های مختلف جامعه ای آماری اختصاص داده شود و تعداد مصاحبه ها بین ۲۵۰ الی ۳۰۰ مورد باشد.

نحوه ی تحویل خروجی:

سند نهایی با فرمت word و PDF و قابل ارائه در قالب power poi nt.

همه ی اسناد در دو نسخه ی DVD دو نسخه ی چاپی با هماهنگی نماینده اداره کل نوآوری همراه اول تحویل داده شود.

ارزیابی

ارزیابی طرح نامه ها توسط تیم ارزیاب اداره کل نوآوری همراه اول پس از جلسه ی دفاع از طرح نامه انجام خواهد شد. در این ارزیابی روش پژوهش و اعتبار و پایایی داده ها و همچنین کیفیت نقشه ی برندینگ مورد نظر قرار خواهد گرفت. نکته ی مهم آنکه با توجه به اهمیت پژوهش حاضر برای ادامه ی مسیر برندینگ همراه اول در اکوسیستم نوآوری و کسب و کارهای نوپا پایایی و روایی پژوهش و دقت در انتخاب نمونه و روش پژوهش به شدت مورد نظر است.

اداره کل نوآوری و توسعه ی کسب و کار

