

## Research Paper

## Meta-Synthesis of Human, Structural, and Environmental Factors Influencing the Start-Up and Sustainability of Businesses in the Food Industry

Seyed Kamal Tourang<sup>\*1</sup> , Hasanali Aghajani<sup>2</sup> 

<sup>1</sup> Assistant Professor, Department of Industrial Engineering, Faculty of Materials and Industrial Engineering, Babol, Noshirvani University of Technology, Babol, Iran. Email: [tourang.sk@nit.ac.ir](mailto:tourang.sk@nit.ac.ir)

<sup>2</sup> Full Professor, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economic and Administrative Sciences, University of Mazandaran. Email: [aghajani@umz.ac.ir](mailto:aghajani@umz.ac.ir)



[10.22080/jem.2026.27544.3946](https://doi.org/10.22080/jem.2026.27544.3946)

**Received:**

October 30, 2024

**Accepted:**

October 12, 2025

**Available online:**

September 18, 2025

**Keywords:**

Business, Startup, Food industry, Human, Structure, Environment

### Abstract

Startup businesses are recognized as one of the strategic sectors in the global economy, given the growing population and changes in consumption patterns. In this context, the launch of startup businesses is of great importance due to its profound effects on the economy and society. This study aims to provide a framework and dimensions explaining the launch and startup stages of businesses in the Iranian food industry. The statistical population included articles, theses, conference papers, and books published from 2014 to 2024, corresponding to 1393 to 1403 in the Solar Hijri calendar. For the purpose of systematically searching published studies in databases based on relevant keywords, five English-language databases and five Persian-language databases were used. The techniques used were meta-combination and fuzzy Delphi. In order to perform the meta-combination, the seven-step method of Sandelowski and Barso (2007) was used. Based on the research findings, the explanatory variables of businesses are divided into three categories: human characteristics and the founder, including psychological factors, demographic factors, and acquired skills of the founder; structural characteristics of the business, including team building, business financing, the business ideation process, customers, access to the industry and market; and environmental factors affecting business startup, including the role of the government in facilitating business startup, educational centers and business support organizations, the cultural environment, the existence of necessary infrastructure in the environment, and 63 open codes. Finally, it is recommended that in order to succeed in starting food industry businesses, it is necessary to pay attention to these three main factors and the related sub-variables.

**\*Corresponding Author:** Seyed Kamal Tourang

**Address:** Babol, Noshirvani University of Technology, Babol, Iran.

**Email:** [tourang.sk@nit.ac.ir](mailto:tourang.sk@nit.ac.ir)

## 1. Introduction

In the business ecosystem of Iran, many manufacturers still rely on outdated technologies and processes. Upgrading technology, automation, and improving production processes can lead to increased productivity and reduced costs. Enhancing product quality and conforming to international standards are among the key challenges faced by Iranian industries. This issue can contribute to consumer satisfaction and boost exports. A fundamental problem in this area is the instability and shortcomings of the raw material supply chain. Creating a high-quality, sustainable supply chain can ensure the quality and commitment to the timely delivery of raw materials. Clarifying the dimensions of the business food industry's ecosystem in Iran can contribute to improved management, faster and more sustainable development, and greater value for all stakeholders in this sector. Presenting a model of the business ecosystem in Iran's food industry could help mitigate some of the sector's challenges. Offering a business ecosystem model aligned with the needs and challenges of the food industry in Iran can improve the performance of this industry, enhance efficiency, and elevate competitiveness. This study, using both qualitative and quantitative approaches, aims to design and measure a model that reveals the dimensions of the food sector's business ecosystem and provides strategies for its development. So far, there has been no significant research examining the dimensions of the business ecosystem in the food sector, and this study can pave the way for subsequent applied research. Therefore, based on the aforementioned points, this research seeks to present a model of the

dimensions of the business ecosystem in the food industry.

## 2. Methodology

The data sources of the present research in the qualitative section include articles, scientific theses, conference papers, and books published from 2014 to 2024, corresponding to 1393 to 1403 in the Solar Hijri calendar. In the quantitative section, experts in the food industry were selected through the snowball sampling method. To validate the data of the present research, in addition to Cohen's Kappa with a coefficient of 0.80, three quantitative criteria—Holsti's coefficient, Scott's Pi coefficient, and Cronbach's Alpha—were used to assess validity, transferability, confirmability, and reliability. Given that Holsti's coefficient was 0.78, Scott's Pi coefficient was 0.83, and Cronbach's Alpha was 0.88, all exceeding 0.70, the reliability of the extracted codes is confirmed. In this research, to systematically search relevant studies, published articles from various journals were gathered using keywords from five English-language databases and five Persian-language databases. Subsequently, a fuzzy Delphi questionnaire was used to collect the experts' opinions.

## 3. Findings

Among the 148 sources extracted based on keywords from the aforementioned databases, the accuracy, validity, and relevance of each study were assessed. Specifically, the studies were examined and selected based on the alignment of their titles with the current research, their abstracts to evaluate the analysis methods and findings, and the full content of the sources for their relevance to the present study. Ultimately, 34 articles employing qualitative, quantitative, and mixed (quantitative/qualitative) methods were

included in the research process, leading to the identification and labeling of 5 categories, 12 core codes, and 77 open codes for the business ecosystem. Based on the results of the Delphi section, the explanatory variables of the business ecosystem were categorized into 5 domains: the social structure of the business ecosystem, which includes components such as regulatory reforms and customer orientation; the political structure of the ecosystem, which encompasses elements like the political climate and the role of the government; the cultural structure of the ecosystem, including components related to educational system reform, entrepreneurship development, and human resource empowerment; the economic structure of the ecosystem, which addresses market-related factors, financial conditions, and communication infrastructure; and the supportive structure of the ecosystem, which involves organizational support, networking, and 54 open codes identified and introduced.

#### 4. Conclusion

Based on the findings of the research, it is suggested that to enhance the business ecosystem in Iran's food industry, attention should be paid to diplomatic exchanges, economic collaborations, joint investments, and technical and cultural exchanges. Establishing common regulations and legal agreements can strengthen trust and confidence between countries and businesses, while also promoting sustainability and security at both regional and global levels. Increased investment in international security and sustainability can help bolster regional and global security and ensure a conducive business environment. Facilitating currency exchange in the stock market, eliminating trade barriers, and providing

international financial facilities can improve commercial interactions and investments. Utilizing economic diplomacy as a tool to strengthen economic and trade relations between countries and to develop international transactions can be effective. Developing training programs and providing continuous education for entrepreneurs and staff in the food industry is essential to enhance their knowledge and skills in areas such as innovation, marketing, management, and other essential business skills.

Forming associations, professional organizations, and collaboration networks among entrepreneurs and the food industry can foster the exchange of ideas, experiences, and various resources. Establishing research programs and encouraging entrepreneurs to introduce innovative products and services in the food industry is essential. Promoting a culture of collaboration, resource sharing, and shared success within the food industry's business ecosystem can strengthen connections and solidarity among its members. Implementing modern technologies in the production, processing, and marketing of food products can improve product quality, increase productivity, and reduce production costs. In addition, improving transportation infrastructure can support the marketing and distribution of products, particularly in remote areas, thereby aiding the growth of Iran's food industry businesses. Finally, expanding the export of Iranian food products can contribute to higher revenues and the growth of businesses in this sector.

#### Funding

No funding was received.

**Authors' contribution**

Seyed Kamal Tourang contributed to problem definition, data collection, data analysis, and manuscript writing. Hasanali Aghajani contributed to problem

definition, data collection, and manuscript writing.

**Conflict of interest**

The authors declared no conflict of interest.

## علمی پژوهشی

# فرا ترکیب متغیرهای تبیین کننده اکوسیستم کسب و کارهای ایران در حوزه صنایع غذایی

سیدکمال تورنگ\*<sup>۱</sup>، حسنعلی آقاجانی<sup>۲</sup> 

<sup>۱</sup> استادیار، گروه مهندسی صنایع، دانشکده مهندسی مواد و صنایع، دانشگاه صنعتی نوشیروانی بابل، بابل، ایران، ایمیل: [tourang.sk@nit.ac.ir](mailto:tourang.sk@nit.ac.ir)  
<sup>۲</sup> استاد، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران، ایمیل: [aghajani@umz.ac.ir](mailto:aghajani@umz.ac.ir)

 [10.22080/jem.2026.27544.3946](https://doi.org/10.22080/jem.2026.27544.3946)

## چکیده

یکی از دلایلی که بسیاری از کسب و کارهای حوزه صنایع غذایی در همان سالهای اولیه شروع به فعالیت خود شکست می-خورند این است که در شناسایی ابعاد اکوسیستم کسب و کار اشتباه می-کنند به جای اینکه در موارد مهم، تمرکز خود را بگذارند صرف برنامه‌های بی-تاثیر می-شوند. داشتن یک نقشه‌ی راه از عوامل موثر، به این کسب و کارها کمک شایانی خواهد کرد. هدف تحقیق حاضر، ارائه الگوی ابعاد اکوسیستم کسب و کارهای حوزه صنایع غذایی است. جامعه هدف تحقیق حاضر، شامل مقالات، پایان‌نامه‌های علمی- پژوهشی، مقالات همایشی، کتاب‌ها از سال ۱۳۹۳ شمسی تا ۱۴۰۳ و ۲۰۱۴ میلادی تا ۲۰۲۴ بود. این تحقیق جهت جستجوی نظام‌مند از مقالات منتشر شده در ژورنال‌های مختلف، به وسیله واژگان کلیدی داده‌ها از پنج پایگاه داده انگلیسی زبان و پنج پایگاه داده فارسی زبان جمع‌آوری شدند. این پژوهش بصورت کیفی و با استفاده از تکنیک فرا ترکیب و دلفی فازی انجام شده است. به منظور انجام فرا ترکیب از روش هفت مرحله‌ای سندلوسکی و بارسو (۲۰۰۷) استفاده شده است. یافته‌های تحقیق متغیرهای تبیین کننده اکوسیستم کسب و کارها در ۵ مقوله ساختار سیاسی اکوسیستم با مولفه‌های جو سیاسی، نقش دولت؛ مقوله ساختار فرهنگی اکوسیستم با مولفه‌های اصلاح ساختار نظام آموزشی، توانمند سازی منابع انسانی؛ مقوله ساختار اقتصادی اکوسیستم با مولفه‌های عوامل مرتبط به بازار، شرایط مالی، زیرساختهای ارتباطی؛ مقوله ساختار حمایتی اکوسیستم با مولفه‌های پشتیبانی سازمانی، شبکه سازی؛ مقوله ساختار اجتماعی با مولفه‌های اصلاحات قوانین و مقررات و مشتری مداری و ۳۹ کد باز تعیین و معرفی شده‌اند.

### تاریخ دریافت:

۹ آبان ۱۴۰۳

### تاریخ پذیرش:

۲۰ مهر ۱۴۰۴

### تاریخ انتشار:

۲۷ شهریور ۱۴۰۴

### کلیدواژه‌ها:

اکوسیستم کسب و کار، زیست بوم کسب و کار، صنایع غذایی، فرا ترکیب

\* نویسنده مسئول: سیدکمال تورنگ

آدرس: دانشگاه صنعتی نوشیروانی بابل، بابل، ایران.

ایمیل: [tourang.sk@nit.ac.ir](mailto:tourang.sk@nit.ac.ir)

## ۱ مقدمه

امروزه فضای فعالیت سازمان‌ها، فضایی اکوسیستمی است که در آن کسب و کارهای مختلف از صنایع، با یکدیگر روابط متقابل دارند و بقای آنها تا حدود زیادی به یکدیگر وابسته است (صادقی اردوبادی و همکاران، ۱۴۰۱). اکوسیستم کسب و کار سیستمی گسترش یافته از سازمان‌هایی است که متقابلاً از یکدیگر حمایت می‌کنند؛ در نگرش اکوسیستمی اعتقاد بر این است که هریک از اعضا بر سرنوشت کل اکوسیستم کسب و کار تأثیر دارد. به بیان دیگر، ورود و خروج هریک از اعضا بر عملکرد سایر اعضا مؤثر است (کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰). در واقع، اکوسیستم کسب و کار، زنجیره ارزش تقویت شده توسط فرهنگ (جامعه) است (باسوله<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۴). یک اکوسیستم در صنعت، به موجب توازن میان تولیدکنندگان، تامین‌کنندگان، توزیع‌کنندگان، مشتریان و دولت باعث ایجاد یک زنجیره ارزش یکپارچه و سلسله مراتب کارآمد در صنعت می‌شود (ای<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۲). اکوسیستم‌های کسب و کار باعث تشویق نوآوری، تحقیق و توسعه، اشتراک دانش و تجربه و ایجاد محصولات و خدمات جدید می‌شود که این امر باعث توسعه و رشد پایدار صنعت می‌شود. یک اکوسیستم کسب و کار منجر به افزایش بهره‌وری در فرایندها، کاهش هزینه‌ها و بهبود محصولات می‌شود (رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱). با وجود یک اکوسیستم کسب و کار قوی در یک صنعت خاص، امکان رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال برای افراد را فراهم می‌کند (فلاح و همکاران، ۱۳۹۸). همچنین باعث افزایش رقابت‌پذیری کشور در بازار جهانی و توسعه صادرات می‌شود (لیو<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۳). در اکوسیستم کسب و کارهای ایران بسیاری از واحدهای تولیدی هنوز از فناوری‌های قدیمی استفاده می‌کنند. بهبود فناوری، بهبود فرآیندهای تولید می‌تواند به افزایش بهره‌وری منجر شود

(کردنائیج و همکاران، ۱۳۹۴). ارتقاء کیفیت محصولات و انطباق با استانداردهای بین‌المللی، از جمله چالش‌های مهمی است که صنایع ایران با آن مواجه هستند. این موضوع می‌تواند به افزایش رضایت مصرف‌کنندگان کمک کند (جعفرپور و همکاران، ۱۴۰۲). از مشکلات اساسی این حوزه، عدم پایداری و کاستی‌ها در زنجیره تأمین مواد اولیه می‌باشد. ایجاد یک زنجیره تأمین کیفی و پایدار می‌تواند به تضمین کیفیت و تعهد به تحویل به موقع مواد اولیه منجر شود (سعیدی و همکاران، ۱۴۰۰). مقررات پیچیده، تغییرات مکرر در سیاست‌ها و محیط کسب و کار نیز از مسائلی است که بر صنایع ایران تأثیرگذار است. از سوی دیگر، نتیجه می‌تواند ایجاد ناتوانی، هزینه‌های بیشتر و دسترسی محدود به بازارهای جدید باشد (عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱). تنوع محصولات و رقابت برای ورود به بازارهای محلی و بین‌المللی، یکی از چالش‌های اساسی برای صنایع ایران است. افزایش جمعیت و تغییرات اقلیمی می‌تواند منابع طبیعی مورد نیاز برای صنایع را به خطر بیندازد (شافعی و همکاران، ۱۴۰۰). تبیین ابعاد اکوسیستم کسب و کارهای صنایع غذایی ایران می‌تواند به بهبود مدیریت، توسعه سریعتر و پایدارتر صنعت غذا این صنعت کمک کند. ارائه مدلی از اکوسیستم کسب و کارهای ایران در حوزه صنایع غذایی می‌تواند به حل و کاهش برخی مشکلات این صنعت کمک کند. ارائه یک مدل اکوسیستم کسب و کاری منطبق بر نیازها و چالش‌های صنایع غذایی ایران، می‌تواند به بهبود عملکرد این صنعت، افزایش کارایی و ارتقای سطح رقابتی کمک کند. پژوهش حاضر با بهره‌گیری از قابلیت‌های هردو رویکرد کیفی و کمی به دنبال طراحی و سنجش الگویی است تا بتواند ابعاد اکوسیستم کسب و کارهای حوزه صنایع غذایی را آشکار ساخته و با ارائه استراتژی‌هایی در توسعه این مهم یاری رساند. تاکنون پژوهش قابل‌اعتنایی به بررسی ابعاد اکوسیستم کسب و کارهای حوزه صنایع

<sup>3</sup> Liu

<sup>1</sup> Basole

<sup>2</sup> Yi

## ۲،۲ ساختار فرهنگی اکوسیستم کسب و کار

ساختار فرهنگی اکوسیستم کسب و کار به مجموعه اقدامات، ارزش‌ها، باورها، رفتارها، و روش‌های ارتباطی درون سازمان و همچنین در بین سازمان‌ها اشاره دارد. این ساختار شامل قوانین غیررسمی، ارزش‌های سازمانی، رفتارهای اخلاقی، سبک‌های رهبری و سطح تفکر نوآوری در محیط کسب و کار است (ماسوکی<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۰). اگر فرهنگ جامعه به کارآفرینی و نوآوری ارزش دهد، افراد بیشتر به تولید ایده‌های نو و راه‌کارهای خلاقانه تمایل خواهند داشت و این می‌تواند به توسعه و رشد کسب و کارهای نوآورانه منجر شود (رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱). ارزش‌ها و اخلاقیاتی که در جامعه رواج دارند، می‌توانند بر رفتارهای کسب و کارها در زمینه‌هایی مانند تعامل با مشتریان، رفتار اخلاقی با کارکنان، حفاظت از محیط زیست و غیره تأثیرگذار باشند (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹). فرهنگی که از کارآمدی و بهره‌وری در استفاده از منابع تأکید دارد، می‌تواند به بهبود عملکرد و عواید مالی کسب و کارها کمک کند (بابایی فیثانی و همکاران، ۱۴۰۱). می‌توان گفت که ساختار فرهنگ جامعه بر اکوسیستم کسب و کار تأثیر بزرگی دارد و می‌تواند به شکل مثبت یا منفی بر عملکرد و توسعه کسب و کارها تأثیرگذار باشد (علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷).

## ۲،۳ ساختار اقتصادی اکوسیستم کسب و کار

ساختار اقتصادی اکوسیستم کسب و کار به اجزایی از محیط اقتصادی اشاره دارد که تعیین کننده روابط، فرصت‌ها، و تعاملات بین شرکت‌ها و افراد در یک منطقه یا صنعت مشخص هستند (سنیو<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). سطح رقابت در اکوسیستم کسب و کار می‌تواند به عنوان یک جزء کلیدی از ساختار اقتصادی مورد نظر باشد. رقابت سالم و پویا

غذایی نپرداخته و پژوهش حاضر می‌تواند زمینه‌ساز تحقیقات کاربردی بعدی باشد. بنابراین با توجه به مطالب بیان شده پژوهش حاضر به دنبال ارائه الگوی ابعاد اکوسیستم کسب و کارهای حوزه صنایع غذایی است.

## ۲ مرور ادبیات

### ۲،۱ ساختار سیاسی اکوسیستم کسب و کار

ساختار سیاسی اکوسیستم کسب و کار تأثیر بسزایی بر روند توسعه و عملکرد کسب و کارها، شکل‌گیری منافع مختلف اقتصادی و اجتماعی، و همچنین بر شکل‌گیری رقابت و نوآوری در بازار دارد (برتاسینی<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۱). ساختار سیاسی اکوسیستم کسب و کار می‌تواند به سیستم ارتباطات، تعاملات، و تعهدات بین دولت، شرکت‌ها، سایر نهادها، و جوامع محلی و بین‌المللی اشاره کند که نقش اساسی در تنظیم و تعامل کسب و کارها و شکل‌گیری محیط کسب و کار دارد (مبینی‌دهکردی و ترکمن، ۱۳۹۹). براساس تحقیقات انجام شده، ساختار سیاسی اکوسیستم کسب و کار به رابطه و تعاملات بین قدرت‌ها، نهادها و افراد در حوزه کسب و کار اشاره دارد. این ساختار شامل روابط دولت با صنعت، رابطه شرکت‌ها با سازمان‌های غیرانتفاعی و جوامع محلی، و همچنین تأثیر گروه‌های منافع مختلف بر سیاست‌گذاری کسب و کارها می‌باشد (باسوله و همکاران، ۲۰۱۵؛ مشبکی و همکاران، ۱۳۹۴). ساختار سیاسی اکوسیستم کسب و کار می‌تواند بر تعادل قدرت، فرصت‌ها، و عدالت اقتصادی و اجتماعی در یک جامعه تأثیرگذار باشد (آرودا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵).

<sup>3</sup> Masucci

<sup>4</sup> Senyo

<sup>1</sup> Bertassini

<sup>2</sup> Basole

حمایتی ارائه می‌دهد (نژادطاهری و همکاران، ۱۳۹۹). ساختار حمایتی اکوسیستم کسب و کار برای ارزیابی و بهبود شرایط کسب و کارها، تشویق نوآوری و رشد، و افزایش محیط کسب و کار مناسب می‌باشد (سورون و همکاران، ۲۰۲۲). شبکه‌سازی و مشتری‌مداری دو عنصر کلیدی برای رشد، افزایش فروش، ایجاد ارتباطات قویتر با مشتریان، و افزایش اعتبار و شناخت برند بسیار موثر هستند. برقراری همکاری و ارتباط با کسب و کارهایی که در صنعت یا حوزه مشابه فعالیت می‌کنند، می‌تواند به اشتراک گذاری تجربیات، منابع، و فرصت‌های مشترک منجر شود و از تعاملات مثبت برای هر دو طرف بهره‌مند شود (ای<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۲۲).

## ۲٫۵ ساختار اجتماعی اکوسیستم کسب و کار

ساختار اجتماعی اکوسیستم کسب و کار به مجموعه‌ای از قوانین، مقررات و استانداردهایی اطلاق می‌شود که در حوزه کسب و کار به کار می‌روند. این استانداردها و مقررات ممکن است توسط دولت و نهادهای رسمی تعیین شوند و نقش مهمی در تعادل و عدالت اقتصادی و اجتماعی داشته باشند (ویکتوراجونز و همکاران، ۲۰۲۴). با برقراری ارتباط مداوم و ارتباط مستقیم با مشتریان، می‌توان نیازها و ترجیحات آنها را بهتر فهمید و خدمات و محصولات خود را بر اساس این دانش بهبود داد (عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱). ارائه خدمات مشتری‌مدار و بهبود فرآیندهای خدماتی با توجه به بازخوردهای مشتریان، می‌تواند به افزایش رضایت مشتریان و افزایش وفاداری آنها منجر شود (هوشیار و همکاران، ۱۴۰۲).

## ۲٫۶ پیشینه تحقیق

سپهری آزاد و همکاران (۱۴۰۲) تحقیقی به منظور طراحی و تبیین مدل اکوسیستم کسب و کار دیجیتال با رویکرد آموزش الکترونیکی ارائه دادند. آنها

می‌تواند به تحرک و نوآوری در صنایع وارد شده و انگیزه بخشی برای بهبود عملکرد شرکت‌ها باشد (کندا<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۱). وجود بازارهای مختلف محلی یا بین‌المللی (مانند بازارهای تولید، مصرف، و کارگزاری) نیز به عنوان بخشی از ساختار اقتصادی اکوسیستم کسب و کار اساسی است. ساختار بازارها شرایط فروش و خرید، تقاضا و عرضه، قیمت‌گذاری و روندهای اقتصادی را تعیین می‌کند (لی و روح<sup>۲</sup>، ۲۰۲۳). ساختار اقتصادی اکوسیستم شامل عواملی نظیر زیرساخت‌های فنی، حمل و نقل، ارتباطات و انرژی است. این زیرساخت‌ها می‌توانند تأثیر زیادی بر روندهای تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات در اکوسیستم کسب و کار داشته باشند. همین طور سیستم بانکی، قوانین مالی و مالیاتی، و سیاست‌های پولی و مالی است (پری‌یونو و هیدایات، ۲۰۲۴). این زیرساخت‌ها نقش مهمی در تأمین منابع مالی، سرمایه‌گذاری، و تأمین وام‌ها برای کسب و کارها دارند. از جمله عوامل مهمی که ساختار اقتصادی اکوسیستم کسب و کار را تعیین می‌کند، بازارهای تولید، مصرف، کارگزاری، و صادرات است. ساختار این بازارها شرایط تجاری، قیمت‌گذاری، رقابت و تقاضا و عرضه را مشخص می‌کند (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹).

## ۲٫۴ ساختار حمایتی اکوسیستم کسب و کار

ساختار حمایتی اکوسیستم کسب و کار شامل مجموعه‌ای از منابع، خدمات و زیرساخت‌هایی است که برای حمایت و توسعه کسب و کارها در یک منطقه یا صنعت مشخص ارائه می‌شوند. ارائه خدمات حمایتی شامل خدمات مانند مشاوره‌های تجاری، آموزش‌ها، تحقیق و توسعه، و پشتیبانی فنی و فناوری است (لیو<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۳). ایجاد فرصت‌های شبکه‌سازی، راهنمایی در فروش و بازاریابی، تسهیلات صادرات و واردات، و تأمین اطلاعات بازار از دیگر خدماتی است که ساختار

<sup>3</sup> Liu<sup>4</sup> Yi<sup>1</sup> Kanda<sup>2</sup> Lee & Roh

سازگاری تکاملی با بازار، کسب دانش و منابع، توسعه قابلیت‌ها و پیگیری نوآوری، ایجاد ثبات اقتصادی، میزان تورم، نظام و ساختار اقتصادی، استراتژی تجاری، قانونمندی اقتصادی، توزیع درآمد، دسترسی به سرمایه‌های مالی، تضمین اعتبار برای کسب و کارهای نوپا در اکوسیستم کسب و کارهای دیجیتال تاثیر گذار هستند. ویکتوراجونز و همکاران (۲۰۲۴) به بررسی محرک‌های عملکرد شرکت در یک اکوسیستم بازارهای نوظهور پویا پرداختند. آنها دریافتند که روابط حاکم میان کشور مبدأ با سایر کشورها (اقتصادی، فرهنگی و...)، استفاده از تجربیات سایر کشورها، اعتمادسازی و ایجاد اعتماد برای مشارکت و سرمایه‌گذاری، عملکرد دولتها تاثیر دارند. ژانگ و همکاران (۲۰۲۳) طی یک مرور سیستماتیک به بررسی سرویس‌دهی در اکوسیستم کسب و کار پرداختند. نتیجه تحقیق نشان داد فضای فیزیکی برای ایجاد و توسعه کسب و کارها، دسترسی به بازارهای هدف، شبکه سازی، شرایط اقلیمی و ناهمواری‌ها، اندازه جامعه، کیفیت محیطی در اکوسیستم کسب و کار بر سرویس‌دهی تاثیرگذار هستند.

### ۳ روش شناسی

#### ۳٫۱ جامعه و نمونه

جامعه هدف تحقیق حاضر در بخش کیفی، شامل مقالات، پایان‌نامه‌های علمی- پژوهشی، مقالات همایشی، کتاب‌ها از سال ۱۳۹۳ شمسی تا ۱۴۰۳ و ۲۰۱۴ میلادی تا ۲۰۲۴ هستند. در بخش کمی خبرگان صنایع غذایی هستند که با روش نمونه گیری گلوله برفی انتخاب شدند.

#### ۳٫۲ داده‌ها و مقیاس

داده‌های تحقیق حاضر کیفی و کمی هستند از این مقادیر به منظور طبقه‌بندی یا دسته‌بندی جامعه آماری می‌توان استفاده کرد.

دریافتند چارچوب اکوسیستم کسب و کار دیجیتال با رویکرد آموزش الکترونیکی در عصر دیجیتال مبتنی بر ابعاد و مفاهیم فناوری (زیرساخت‌ها)، عوامل فرهنگی و اجتماعی، افراد (استعدادها)، سواد اطلاعاتی، دولت و قوانین و مقررات، شبکه‌ها و تعاملات، ذینفعان (بازارها و مشتریان)، عوامل محیطی، سرمایه، مساعدت‌های مالی، عوامل تجاری، عوامل سازمانی، نوآوری، ارزشیابی معرفی می‌گردد. هوشیار و همکاران (۱۴۰۲) یافته‌ها نشان داد می‌توان فرآیند استقرار بانکداری اجتماعی را با دو بُعد مسئولیت و تکالیف اجتماعی به همراه بانکداری مردم‌مدار در خوشه‌های معنایی تسهیل‌کننده‌ها (نظام اطلاع‌رسانی و روابط عمومی کارآمد، سرمایه اجتماعی و سیاست‌های حاکمیتی و دولتی)، عوامل شکل‌دهنده (قوانین و سیاست‌های بانکی، نظام پاسخ‌گویی در حکمرانی مطلوب، بانکداری فرهنگ‌محور)، عوامل مداخله‌گر در انتخاب راهبرد (بانکداری مبتنی بر سود. ثقفی و همکاران (۱۴۰۱) تحقیقی با هدف شناسایی مدل مراحل تکامل اکوسیستم‌های کسب و کار صنعتی ارائه دادند. آنها یک مدل ۴ مرحله‌ای استخراج کردند. این مدل با برجسته کردن دو مفهوم زنجیره ارزش و پلتفرم صنعتی و زیر بخش‌های آن، مدل جامعی برای مراحل اکوسیستم‌های کسب و کار صنعتی است و صنعتگران و پژوهشگران می‌توانند با استفاده از آن، الگوی تکامل برای اکوسیستم صنعتی مورد نظرشان طرح‌ریزی کنند. عقیلی آشتیانی و همکاران (۱۴۰۱) به ارائه مدل بومی برای تحلیل اکوسیستم مدل کسب‌وکار اینترنت اشیا در حوزه توان‌بخشی ایران پرداختند. یافته‌های تحقیق آنها موجب ارائه مدلی با ابعاد اصلی محیط، بازیگران، چرخه اکوسیستم و معماری اینترنت اشیا در کسب‌وکار شد. ارزش‌های اصلی که برای جامعه مردم‌مطالعه در نظر گرفته شد عبارت‌اند از: استقلال، تعامل، توانمندی است. پری-یونوت و هیدایات (۲۰۲۴) به بررسی اکوسیستم کسب و کار دیجیتال و نوآوری از طریق یادگیری پرداختند. آنها دریافتند شاخصهای تشخیص هوشیارانه تغییر، استفاده از منابع خارجی و

### ۳،۳ روایی و پایایی

برای اعتبارسنجی داده‌های تحقیق حاضر علاوه بر کاپای کوهن با ضریب  $0/80$  از سه معیار کمی ضریب هولستی، ضریب پی اسکات و آلفای کرپیندروف برای بررسی قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت تایید و اطمینان پذیری استفاده شده است. با توجه به مقدار ضریب هولستی برابر  $0/78$  و ضریب پی اسکات برابر  $0/83$  و آلفای کرپیندروف برابر  $0/88$ ، مقدار این ضرایب بیشتر از  $0/7$  است که دلالت بر وجود پایایی کدهای استخراجی دارد.

### ۳،۴ روش جمع‌آوری داده‌ها

در این تحقیق جهت جستجوی نظام‌مند از مقالات منتشر شده در ژورنال‌های مختلف، به وسیله واژگان کلیدی داده‌ها از پنج پایگاه داده انگلیسی زبان و پنج پایگاه داده فارسی زبان جمع‌آوری شدند. سپس از پرسشنامه دلفی فازی جهت جمع‌آوری نظر خبرگان استفاده شد.

### ۳،۵ تکنیک‌های تحلیل

این پژوهش بصورت آمیخته و با استفاده از تکنیک فرا ترکیب و دلفی فازی انجام شده است. به منظور انجام فرا ترکیب از روش هفت مرحله‌ای سندلوسکی و بارسو<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) استفاده شده است. روش فراترکیب یک روش تحقیق کیفی محسوب می‌شود که ابزار گردآوری داده‌های آن مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی پیشینه پژوهش است. جهت تحلیل داده‌ها از نرم افزار مکس کیودا استفاده شده است. نرم افزاری است که برای تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی طراحی شده است و این به کاربران اجازه می‌دهد تا مقادیر زیادی از داده‌ها مانند رونوشت‌ها یا اسناد قانونی را کدنویسی و سازماندهی کنند تا الگوها و مضامین را شناسایی کنند. مراحل انجام پژوهش در شکل زیر نشان داده شده است.



شکل (۱) گام‌های انجام پژوهش

<sup>1</sup> Sandelowski and Barroso

## ۴ یافته‌های کیفی

گام نخست انجام فرا ترکیب، تنظیم سوال‌های پژوهشی است. برای تنظیم سوال پژوهش، جدول زیر تنظیم شده است:

جدول ۱: تنظیم سوال تحقیق

سوال‌ها	پاسخ‌ها
چه چیزی؟	استنتاج ابعاد و مولفه‌های تبیین کننده اکوسیستم کسب و کارها
چه کسی؟ (جامعه مورد مطالعه)	مقالات و پایان نامه‌های موجود در پایگاه‌های علمی
چه زمانی؟	۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴ - ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۳
چگونگی؟	روش باروسو و ساندلوسکی

مرتبط و مناسب برای فرا ترکیب مورد جست و جو قرار گرفته‌اند. برای شفاف‌سازی هرچه بیشتر روند طی شده در این مرحله، پایگاه‌های بررسی شده و معیارهای جست و جو در قالب جداول زیر آورده شده‌اند.

گام دوم مرور ادبیات ابعاد و مولفه‌های تبیین کننده اکوسیستم کسب و کارها به شکل نظام‌مند کلید واژه‌های مرتبط با ابعاد و مولفه‌های تبیین کننده اکوسیستم کسب و کارها، در چندین پایگاه علمی داخلی و خارجی به منظور دستیابی به مقالات

جدول ۲: پایگاه‌های علمی مورد بررسی

پایگاه‌های اطلاعاتی	جمع آوری مقالات از منابع داخلی و خارجی	
www.sid.ir	داخلی	منابع
www.Magiran.com		
www.Noormags.com		
www.ensani.ir		
www.civilica.com		
www.sciencedirect.com	خارجی	
www.emeraldinsight.com		
www.springer.com		
google.com.www.Scholar		
com.www.tandfonline		

خلاصه مطالب مذکور در قالب شاخص‌های و معیارهای اولیه بررسی مقالات در جدول زیر نمایش داده شده است.

### جدول ۳: شاخص‌ها و معیارهای اولیه بررسی مقالات

شاخص‌ها	معیار پذیرش	معیار عدم پذیرش
دوره زمانی انجام پژوهش	مقالات و پژوهش‌های چاپ شده از سال ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۳ یا ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴	پژوهش‌های که قبل از سال ۱۳۹۳ و ۲۰۱۴ به چاپ رسیده‌اند.
زبان پژوهش	فارسی و انگلیسی	زبان‌های دیگر به غیر از فارسی و انگلیسی
نوع مقالات	پژوهش‌های چاپ شده در پایگاه‌های علمی	سایر (مانند مقالاتی که در روزنامه‌ها و وبلاگ‌ها چاپ شده)
موضوع	اکوسیستم کسب و کار و کلید واژه‌های مشابه	موضوعاتی غیر از اکوسیستم کسب و کار
نوع مجله	ایندکس شده در پایگاه‌های علمی	سایر

منابع بر اساس هماهنگی و همخوانی عنوان با تحقیق حاضر، بررسی چکیده به منظور بررسی روش‌های تحلیل و یافته‌ها، بررسی محتوی منابع به منظور همخوانی با تحقیق حاضر بررسی شدند و در نهایت ۳۴ مقاله با روش‌های کیفی، کمی و آمیخته (کمی/ کیفی) وارد فرایند تحقیق شدند. نمودار زیر فرایند جستجو و انتخاب متون مناسب را بر اساس عنوان، چکیده و محتوای مقالات ارزیابی شده نشان می‌دهد.

با استفاده از مطالب ذکر شده، پژوهشگر در انتها موفق به یافتن ۱۴۸ مقاله شد که این مقالات وارد گام سوم فرا ترکیب جهت تجزیه و تحلیل بیشتر و گزینش نهایی شدند.

گام سوم جست و جو و انتخاب مقاله‌های مناسب. در بین ۱۴۸ منبع که بر اساس واژگان کلیدی در سایت‌های ذکر شده فوق استخراج شد به لحاظ تعیین دقت، اعتبار و اهمیت و نیز به منظور ارزیابی و گزینش دقیق‌تر پژوهش‌های مورد بررسی،



شکل ۲: مقالات منتخب بعد از غربال سازی اولیه

کدهای محوری مربوط مشخص شدند. کدهای محوری نیز دسته‌بندی شده و مقوله‌ها شکل گرفت. بر اساس تحلیل‌های صورت گرفته و تحلیل محتوای مقالات، ۳۴ مقالة نهایی انتخاب شدند و در مجموع ۵ مقوله و ۱۲ کد محوری و ۷۷ کد باز برای اکوسیستم کسب و کار کشف و برچسب گذاری شدند. یافته‌ها در این مرحله نشان داد در مطالعات گذشته تاکنون چنین مطالعه نظام‌مندی انجام نگرفته است.

گام چهارم استخراج اطلاعات متون. اطلاعات مقاله-ها بر اساس مرجع مربوط به هر مقاله شامل نام و نام خانوادگی نویسندگان، به همراه سال انتشار مقاله و اجزای هماهنگی بیان شده در هر مقاله طبقه‌بندی شد. در این قسمت ۴۹۳ مفهوم استخراج شد.

گام پنجم تجزیه و تحلیل و تلفیق یافته‌ها. در این مرحله برای تمامی متغیرهای استخراج شده کدهای باز در نظر گرفته شد سپس بر اساس قرابت معنایی و شباهت کدهای باز در دسته‌بندی شده و برای آنها

جدول ۴: تجزیه و تحلیل و تلفیق یافته‌ها

مقوله	کد محوری	کد باز		
ساختار اجتماعی	مشتری مداری	شناسایی نیازها و انتظارات مشتریان (صادق اردوبادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ بابایی فیشانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ پری‌یونو و هیدایات، ۲۰۲۴؛ مشبکی و همکاران، ۱۳۹۴)		
		ایجاد پایگاه اطلاعات مشتریان (عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ صادقی اردوبادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ پری‌یونو و هیدایات، ۲۰۲۴)		
		ارتباط با مشتریان از طریق کانالهای مختلف (عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ صادقی اردوبادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ پری‌یونو و هیدایات، ۲۰۲۴)		
	اصلاحات قوانین و مقررات	اصلاح قوانین ورشکستگی (رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۰؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸)	اصلاح قوانین ورشکستگی (رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ باسوله و همکاران، ۲۰۱۵)	
			اصلاحات به روز قوانین صادرات، واردات و گمرکی (جعفرپور و همکاران، ۱۴۰۲؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۰؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ برتاسینی و همکاران، ۲۰۲۱؛ باسوله و همکاران، ۲۰۱۵)	
			اصلاح سیاستهای قضایی و ارائه مشاوره حقوقی (کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ مبینی دهکردی و ترکمن، ۱۳۹۹؛ نژاد طاهری و همکاران، ۱۳۹۹؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ ای و همکاران، ۲۰۲۲؛ ماسوکی و همکاران، ۲۰۲۰؛ لیگوری و همکاران، ۲۰۱۹؛ سنیو و همکاران، ۲۰۱۹)	
		اصلاحات قوانین و مقررات	اصلاح نظام قیمت گذاری (کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۰؛ برتاسینی و همکاران، ۲۰۲۱؛ باسوله و همکاران، ۲۰۱۵)	اصلاح قوانین ضد انحصاری (حیدری و همکاران، ۱۴۰۰؛ برتاسینی و همکاران، ۲۰۲۱؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶)
				بهبود و توسعه قوانین ثبت اختراع و ثبت کسب و کارها (ماسوکی و همکاران، ۲۰۲۰؛ ای و همکاران، ۲۰۲۲؛ برتاسینی و همکاران، ۲۰۲۱؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶)
				چابک سازی و ساده سازی قوانین و مراحل اداری مرتبط (جعفرپور و همکاران، ۱۴۰۲؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۰؛ برتاسینی و همکاران، ۲۰۲۱؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ باسوله و همکاران، ۲۰۱۵)
				انسجام و شفافیت قوانین توسعه کسب و کارها (باسوله و همکاران، ۲۰۱۵؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸؛ سپهری آزاد و همکاران، ۱۴۰۲؛ هوشیار و همکاران، ۱۴۰۲)
				توسعه استانداردها (عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ ثقفی و همکاران، ۱۴۰۱)
				روابط حاکم بین کشور مبداء با سایر کشورها (ویکتوراجونز و همکاران، ۲۰۲۴؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ جعفرپور و همکاران، ۱۴۰۲)
ساختار سیاسی اکوسیستم	جو سیاسی	استفاده از تجربیات سایر کشورها (ویکتوراجونز و همکاران، ۲۰۲۴؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶)		
		اعتماد سازی برای مشارکت و سرمایه‌گذاری (ویکتوراجونز و همکاران، ۲۰۲۴؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶)		
		عملکرد دولتها در زمینه سطح پایداری و امنیت در سطح بین‌الملل (ویکتوراجونز و همکاران، ۲۰۲۴؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ باسوله و همکاران، ۲۰۱۵)		

ایجاد تصویر مناسب از کشور در سطح بین‌الملل (ویکتوراجونز و همکاران، ۲۰۲۴؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶)	نقش دولت	
حذف و کنترل گروه‌های لابی و دلالان (جعفرپور و همکاران، ۱۴۰۲؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۰)		
سیاست‌های بهبود و توسعه کسب و کار (هوشیار و همکاران، ۱۴۰۲؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ مبینی دهکردی و ترکمن، ۱۳۹۹؛ ای و همکاران، ۲۰۲۲)		
نقش دولت‌ها در توانمند سازی جهت بین المللی شدن کسب و کارها (ویکتوراجونز و همکاران، ۲۰۲۴؛ باسوله و همکاران، ۲۰۲۴؛ ای و همکاران، ۲۰۲۲؛ برتاسینی و همکاران، ۲۰۲۱؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰)		
سیاست‌های ارزی دولت‌ها (ویکتوراجونز و همکاران، ۲۰۲۴؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶)		
تغییر بینش و تحصیل دانش روز توسط سیاستگذاران (جعفرپور و همکاران، ۱۴۰۲؛ رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ باسوله و همکاران، ۲۰۱۵)		
اصلاح سیاست‌های تشویقی و حمایت از تولیدات داخلی (رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ مبینی دهکردی و ترکمن، ۱۳۹۹؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۰؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ باسوله و همکاران، ۲۰۱۵)		
ایجاد نظام نظارتی (جعفرپور و همکاران، ۱۴۰۲؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶)		
ایجاد نهادهای حمایتی جهت ارائه خدمات حمایتی (هوشیار و همکاران، ۱۴۰۲؛ بابایی فیشانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ مبینی دهکردی و ترکمن، ۱۳۹۹؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸)		
تدوین سیاست‌های کلان اقتصادی (کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ مبینی دهکردی و ترکمن، ۱۳۹۹)		
ایجاد اتحادیه‌ها، صنوف و سازمان‌های حامی کسب و کار (جعفرپور و همکاران، ۱۴۰۲؛ رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۰؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸؛ سنیو و همکاران، ۲۰۱۹)	اصلاح ساختار نظام آموزشی	ساختار فرهنگی اکوسیستم
دوره‌های آموزشی فنی و توانمند سازی (سپهری آزاد و همکاران، ۱۴۰۲؛ هوشیار و همکاران، ۱۴۰۲؛ جعفر پور و همکاران، ۱۴۰۲؛ صادقی اردوبادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ ثقفی و همکاران، ۱۴۰۱؛ بابایی فیشانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸؛ پری‌یونو و هیدایات، ۲۰۲۴؛ سورون و همکاران، ۲۰۲۲)		
الگوهای نوآوری یادگیری (عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱)		
تعامل بین دانشگاه و موسسات آموزشی با صنعت (بابایی فیشانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۰)		
اشتراک گذاری اطلاعات و مدیریت دانش (عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ حیدری و همکاران، ۱۳۹۹)		
تحقیق، توسعه و انتقال دانش و آگاهی (جعفر پور و همکاران، ۱۴۰۲؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ لی و روح، ۲۰۲۳؛ سورون و همکاران، ۲۰۲۲؛ آردا، ۲۰۱۵)		
ایجاد مراکز رشد، پارک علم و فناوری و شتاب‌دهنده (کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ لیو و همکاران، ۲۰۲۳؛ برتاسینی و همکاران، ۲۰۲۱)		

توسعه کارآفرینی	ترویج فرهنگ کارآفرینی و ایجاد کسب و کار (کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ لیو و همکاران، ۲۰۲۳؛ برتاسینی و همکاران، ۲۰۲۱)	توانمند سازی منابع انسانی	ساختار اقتصادی اکوسیستم
	تشخیص و خلق فرصت (رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۰)		
	شناسایی گروه مشاورین و مربیان (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ لی و روح، ۲۰۲۳؛ سورون و همکاران، ۲۰۲۲؛ آردا، ۲۰۱۵)		
	شناسایی ذینفعان (هوشیار و همکاران، ۱۴۰۲؛ جعفر پور و همکاران، ۱۴۰۲؛ صادقی اردوبادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ ثقفی و همکاران، ۱۴۰۱؛ بابایی فیشانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸؛ پری‌یونو و هیدایات، ۲۰۲۴)		
	شناسایی رقبا (سپهری آزاد و همکاران، ۱۴۰۲؛ هوشیار و همکاران، ۱۴۰۲؛ جعفر پور و همکاران، ۱۴۰۲؛ صادقی اردوبادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۷؛ پری‌یونو و هیدایات، ۲۰۲۴؛ سورون و همکاران، ۲۰۲۲)		
ایجاد انگیزه، روحیه خودباوری و ریسک پذیری (بابایی فیشانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ مشبکی و همکاران، ۱۳۹۴؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸؛ لیگوری و همکاران، ۲۰۱۹؛ سنیو و همکاران، ۲۰۱۹)	توانمند سازی منابع انسانی	ساختار اقتصادی اکوسیستم	
پرورش نوآوری و خلاقیت (سپهری آزاد و همکاران، ۱۴۰۲؛ جعفر پور و همکاران، ۱۴۰۲؛ عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ ثقفی و همکاران، ۱۴۰۱؛ بابایی فیشانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۰؛ نژاد طاهری و همکاران، ۱۳۹۹؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ پری‌یونو و هیدایات، ۲۰۲۴؛ لیو و همکاران، ۲۰۲۳)			
انتقال تجربه (سورون و همکاران، ۲۰۲۲؛ ای و همکاران، ۲۰۲۲)			
جذب منابع انسانی با استعداد و خلاق (سپهری آزاد و همکاران، ۱۴۰۲؛ رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ بابایی فیشانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۰)			
ایجاد مهارت‌های مدیریتی (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸)			
ایجاد مهارت تیم سازی و کار تیمی (رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸)	عوامل مرتبط به بازار		ساختار اقتصادی اکوسیستم
پاسخگویی (هوشیار و همکاران، ۱۴۰۲؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶)			
رقابت پذیری بازار (عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ صادقی اردوبادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ بابایی فیشانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ پری‌یونو و هیدایات، ۲۰۲۴؛ مشبکی و همکاران، ۱۳۹۴)			
ارزیابی و امکان سنجی بازار (بابایی فیشانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ لیو و همکاران، ۲۰۲۳)			
تشخیص و دسترسی به بازارهای داخلی و خارجی (ثقفی و همکاران، ۱۴۰۱؛ بابایی فیشانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۰؛ نژاد طاهری و همکاران، ۱۳۹۹؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۲۳؛ لیو و همکاران، ۲۰۲۳)			
ایجاد نظام اطلاعاتی بازار (جعفر پور و همکاران، ۱۴۰۲؛ لیو و همکاران، ۲۰۲۳؛ باسوله و همکاران، ۲۰۱۵)	عوامل مرتبط به بازار	ساختار اقتصادی اکوسیستم	
تثبیت و حفظ موقعیت در بازار (رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ پری‌یونو و هیدایات، ۲۰۲۴)			

<p>قوانین ورود به بازار (حیدری و همکاران، ۱۴۰۰؛ رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ برتاسینی و همکاران، ۲۰۲۱؛ باسوله و همکاران، ۲۰۱۵)</p>		
<p>دسترسی به کانالهای توزیع در بازار (حیدری و همکاران، ۱۴۰۰؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ پری-یونو و هیدایات، ۲۰۲۴؛ آرودا، ۲۰۱۵)</p>		
<p>میزان سرمایه‌گذاری (عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ نژاد طاهری و همکاران، ۱۳۹۹؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷)</p>		
<p>سودآوری (عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ هوشیار و همکاران، ۱۴۰۲؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹)</p>	شرایط مالی	
<p>نرخ رشد درآمد (عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ پری‌یونو و هیدایات، ۲۰۲۴)</p>		
<p>کاهش هزینه (عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹)</p>		
<p>کاهش مالیات (رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۰؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ آرودا، ۲۰۱۵؛ باسوله و همکاران، ۲۰۱۵)</p>		
<p>دسترسی به اعتبار و ضمانت در حوزه مالی (جعفر پور و همکاران، ۱۴۰۲؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۰؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ پری‌یونو و هیدایات، ۲۰۲۴؛ آرودا، ۲۰۱۵)</p>		
<p>مساعدهتها و تسهیلات مالی (سپهری آزاد و همکاران، ۱۴۰۲؛ جعفر پور و همکاران، ۱۴۰۲؛ صادقی اردوبادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸؛ پری‌یونو و هیدایات، ۲۰۲۴؛ لی و روح، ۲۰۲۳؛ سورون و همکاران، ۲۰۲۲؛ کندا و همکاران، ۲۰۲۱؛ باسوله و همکاران، ۲۰۱۵)</p>		
<p>سیاستهای مالی و پولی دولت (جعفر پور و همکاران، ۱۴۰۲؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ مبینی دهکردی و ترکمن، ۱۳۹۹؛ پری‌یونو و هیدایات، ۲۰۲۴)</p>		
<p>جذب سرمایه‌گذاران جسور (رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ حیدری و همکاران، ۱۴۰۰؛ میثمی و همکاران، ۱۳۹۶؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ لی و روح، ۲۰۲۳؛ سورون و همکاران، ۲۰۲۲؛ آرودا، ۲۰۱۵)</p>		
<p>دسترسی به تلفن (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ نژاد طاهری و همکاران، ۱۳۹۹؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۲۳)</p>		زیر ساختهای ارتباطی
<p>دسترسی به اینترنت (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ نژاد طاهری و همکاران، ۱۳۹۹؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۲۳؛ لیگوری و همکاران، ۲۰۱۹)</p>		
<p>سیستم حمل و نقل (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ نژاد طاهری و همکاران، ۱۳۹۹؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۲۳؛ لیگوری و همکاران، ۲۰۱۹)</p>		
<p>توسعه تکنولوژی و فناوری روز (سپهری آزاد و همکاران، ۱۴۰۲؛ جعفر پور و همکاران، ۱۴۰۲؛ بابایی فیثانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ مبینی دهکردی و ترکمن، ۱۳۹۹؛ نژاد طاهری و همکاران، ۱۳۹۹؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ سنیو و همکاران، ۲۰۱۹)</p>	پشتیبانی سازمانی	
<p>دسترسی و مدیریت موثر منابع کسب و کار (جعفر پور و همکاران، ۱۴۰۲؛ لی و روح، ۲۰۲۳؛ لیو و همکاران، ۲۰۲۳؛ کندا و همکاران، ۲۰۲۱)</p>		
<p>تشکیل و مدیریت زنجیره تامین (ثقفی و همکاران، ۱۴۰۱؛ عقیلی آشتیانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷)</p>		
<p>استراتژیهای بازاریابی و تبلیغات (هوشیار و همکاران، ۱۴۰۲؛ رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ شافعی و همکاران، ۱۴۰۰؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸؛ کندا و همکاران، ۲۰۲۱)</p>		

<p>فعالیت در شبکه‌های اجتماعی (هوشیار و همکاران، ۱۴۰۲؛ رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ سعیدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸)</p>	
<p>برندسازی (رحمتی و همکاران، ۱۴۰۱؛ شافعی و همکاران، ۱۴۰۰؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸)</p>	
<p>تامین تجهیزات و امکانات تجاری (کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ فلاح و همکاران، ۱۳۹۸؛ کنده و همکاران، ۲۰۲۱)</p>	
<p>انتخاب مکان مناسب برای شروع کسب و کار (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ نژاد طاهری و همکاران، ۱۳۹۹؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۲۳)</p>	
<p>ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین کسب و کارها (فلاح و همکاران، ۱۳۹۸؛ سپهری آزاد و همکاران، ۱۴۰۲؛ صادقی اردوبادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ ثقفی و همکاران، ۱۴۰۱؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ مشبکی و همکاران، ۱۳۹۴؛ لیو و همکاران، ۲۰۲۳؛ ای و همکاران، ۲۰۲۲؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۲۳)</p>	شبکه‌سازی
<p>ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین حمایتگران (فلاح و همکاران، ۱۳۹۸؛ سپهری آزاد و همکاران، ۱۴۰۲؛ صادقی اردوبادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ لیو و همکاران، ۲۰۲۳؛ ای و همکاران، ۲۰۲۲؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۲۳)</p>	
<p>ایجاد شبکه‌های بین کسب و کارها و حمایتگران (فلاح و همکاران، ۱۳۹۸؛ سپهری آزاد و همکاران، ۱۴۰۲؛ صادقی اردوبادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ لیو و همکاران، ۲۰۲۳؛ ای و همکاران، ۲۰۲۲؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۲۳)</p>	
<p>ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین کسب و کارها و مشتریان (فلاح و همکاران، ۱۳۹۸؛ سپهری آزاد و همکاران، ۱۴۰۲؛ صادقی اردوبادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ کفشدوز محمدی و همکاران، ۱۴۰۰؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹؛ علیزاده و همکاران، ۱۳۹۷؛ لیو و همکاران، ۲۰۲۳؛ ای و همکاران، ۲۰۲۲؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۲۳)</p>	

سنجش پایایی مدل طراحی شده از شاخص کاپا استفاده شده است روش کاپا به بررسی اندازه توافق و هماهنگی دو فرد، منبع تصمیم‌گیری که به صورت جداگانه مورد اندازه‌گیری قرار گرفته‌اند، می‌پردازد. شاخص کاپا بین صفر تا یک نوسان دارد و هر چه مقدار سنج به عدد به یک نزدیکتر باشد، نشان می‌دهد توافق بین رتبه‌دهندگان وجود دارد (زیمر، ۲۰۰۶). با توجه به کوچکتر بودن عدد معناداری از ۰/۰۵ در جدول شماره ۷ فرض استقلال کدهای استخراجی رد می‌شود. همچنین، استخراج کدها پایایی مناسبی داشته است.

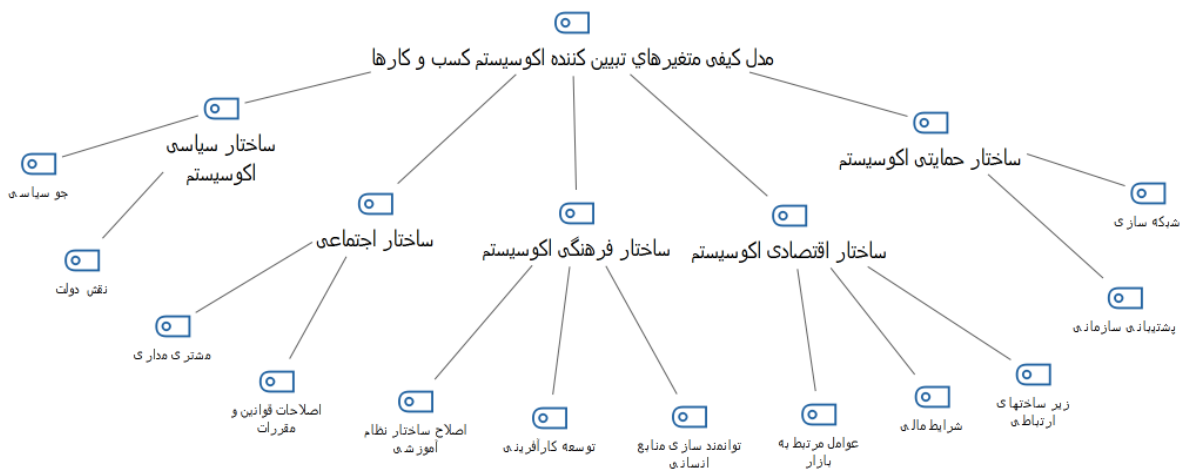
گام ششم کنترل کیفیت کدهای استخراجی. این بخش از تحقیق، از طریق روایی محتوا حاصل شده، که این امر از دو جنبه صورت گرفته است. جنبه‌ی اول، استفاده از اجزاء و مدل‌های ارایه شده‌ی پیشین است که خود به روایی مدل منجر می‌گردد. جنبه‌ی دوم، تشکیل جلسه‌گروه و ارایه مدل در این جلسه-ها با ۵ نفر خبره است که عدم تغییر مدل، نشان‌دهنده روایی مدل طراحی شده است. از آنجاییکه در مراحل طراحی مدل، معیارهای پیشین به عنوان کد در نظر گرفته شد و با در نظر گرفتن شباهت‌های معنایی بین کدها، اقدام به ادغام آنان و ایجاد مفاهیم شده است. بنابراین به منظور

جدول ۵: مقادیر اندازه توافقی

معناداری	انحراف استاندارد	مقدار	
۰/۰۰۰۰۵	۰/۰۷۳	۰/۸۰۸	کاپای مقدار توافق
۰/۰۰۰	۰/۰۲۳	۰/۷۸۳	ضریب هولستی
۰/۰۰۰	۰/۰۴۴	۰/۸۳۲	ضریب پی اسکات
۰/۰۰۰	۰/۱۱۰	۰/۸۸۰	آلفای کرپیندروف
	۷۷		تعداد موارد معتبر

شرایط مالی، مقوله ساختار حمایتی اکوسیستم با مولفه‌های پشتیبانی سازمانی، شبکه سازی و ۷۷ کد باز تعیین و معرفی شده‌اند. در انتها پس از انجام مراحل فراترکیب، داده‌های کدگذاری شده مندرج در جدول شماره (۶)، برای تجزیه و تحلیل و دسته‌بندی به نرم‌افزار مکس کیودی ۲۰۲۰ منتقل و مدل کیفی متغیرهای تبیین کننده اکوسیستم کسب و کارها مشتمل بر مقوله و کدهای محوری و کدهای باز به دست آمده که در شکل شماره ۲ قابل مشاهده است.

گام هفتم ارائه یافته‌ها بر اساس مطالعات پیشین و کدهای استخراج شده، متغیرهای تبیین کننده اکوسیستم کسب و کارها در ۵ مقوله ساختار اجتماعی اکوسیستم کسب و کار با مولفه‌های اصلاح قوانین و مقررات، مشتری مداری؛ ساختار سیاسی اکوسیستم با مولفه‌های جو سیاسی، نقش دولت؛ مقوله ساختار فرهنگی اکوسیستم با مولفه‌های اصلاح ساختار نظام آموزشی، توسعه کارآفرینی، توانمند سازی منابع انسانی؛ مقوله ساختار اقتصادی اکوسیستم با مولفه‌های عوامل مرتبط به بازار،



شکل ۳: خروجی نرم افزار مکس کیودا مدل کیفی متغیرهای تبیین کننده اکوسیستم کسب و کارها

متغیرهای تبیین کننده اکوسیستم کسب و کارها به تفکیک هر عامل در جداول زیر ارائه شده است. بومی سازی گویه‌ها در اکوسیستم کسب و کارهای صنایع غذایی ایران گویه‌ها طبق نظر ۱۰ نفر از خبرگان با استفاده از پرسشنامه به روش دلفی فازی انجام شده است. اگر چه افراد خبره از شایستگی‌ها

## ۴٫۱ یافته‌های کمی

در گام نخست به شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها پژوهش پرداخته شد. بر اساس مرور سیستماتیک در مجموع ۹۳ گویه اولیه شناسایی شد، ابعاد (۵)، مؤلفه‌ها (۱۲مؤلفه) و شاخص‌های (۷۷ شاخص) مدل کیفی

پیش‌بینی بلند مدت و تصمیم‌گیری در دنیای واقعی پرداخت در این مطالعه نیز برای فازی‌سازی دیدگاه خبرگان از اعداد فازی مثلثی طیف فازی مثلثی برای مقیاس هفت درجه لیکرت استفاده شد. برای فازی‌زدایی، مقدار فازی‌زدایی شده بزرگتر از ۰/۷ مورد قبول است و هر شاخصی که امتیاز کمتر از ۰/۷ داشته باشد رد می‌شود و نتایج آن به شرح جدول ذیل به دست آمد.

و توانایی‌های ذهنی خود برای انجام مقایسات استفاده می‌نمایند، اما باید به این نکته توجه داشت که فرایند سنتی کمی‌سازی دیدگاه افراد، امکان انعکاس سبک تفکر انسانی را بطورکامل ندارد. به عبارت دیگر، استفاده از مجموعه‌های فازی، سازگاری بیشتری با توضیحات زبانی و بعضاً مبهم انسانی دارد و بنابراین بهتر است که با استفاده از مجموعه‌های فازی (بکارگیری اعداد فازی) به

جدول ۶: نتایج دور اول، دوم و سوم دلفی فازی

نتیجه دور سوم	نتیجه دور دوم	نتیجه دور اول	مقدار قطعی دور سوم	مقدار قطعی دور دوم	مقدار قطعی دور اول	گویه
ابعاد						
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۳	۰/۸۴	۰/۸۱	ساختار سیاسی اکوسیستم
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۵	۰/۸۶	۰/۸۳	ساختار فرهنگی اکوسیستم
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۸۹	۰/۸۶	ساختار اقتصادی اکوسیستم
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۸۸	۰/۸۶	ساختار حمایتی اکوسیستم
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۲	۰/۸۲	۰/۷۶	ساختار اجتماعی اکوسیستم
مولفه‌ها						
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۲	۰/۸۲	۰/۸۰	مشتری مداری
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۵	۰/۸۶	۰/۸۴	اصلاحات قوانین و مقررات
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۵	۰/۸۶	۰/۸۴	جو سیاسی
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۵	۰/۸۸	۰/۸۵	نقش دولت
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۲	۰/۸۳	۰/۸۱	اصلاح ساختار نظام آموزشی
	عدم پذیرش	پذیرش	۰/۵۹	۰/۵۷	۰/۸۸	توسعه کارآفرینی
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۴	۰/۸۴	۰/۸۲	توانمند سازی منابع انسانی
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۰	۰/۷۹	۰/۷۸	عوامل مرتبط به بازار
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۳	۰/۸۱	۰/۷۹	شرایط مالی
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۴	۰/۸۴	۰/۸۲	زیر ساختهای ارتباطی
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۸	۰/۹۲	۰/۸۹	پشتیبانی سازمانی
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۷۴	۰/۸۸	۰/۸۶	شبکه سازی
شاخص						
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۸۹	۰/۸۷	روابط حاکم بین کشور مبداء با سایر کشورها
		عدم پذیرش			۰/۳۹	استفاده از تجربیات سایر کشورها
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۹۰	۰/۸۸	اعتماد سازی برای مشارکت و سرمایه‌گذاری
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۷	۰/۹۰	۰/۸۷	عملکرد دولتها در زمینه سطح پایداری و امنیت در سطح بین‌الملل
		عدم پذیرش			۰/۴۲	ایجاد تصویر مناسب از کشور در سطح بین‌الملل
		عدم پذیرش			۰/۴۵	حذف و کنترل گروههای لابی و دلالان
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۵	۰/۸۷	۰/۸۵	سیاستهای بهبود و توسعه کسب و کار
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۸۷	۰/۸۴	نقش دولتها در توانمند سازی جهت بین المللی شدن کسب و کارها

	عدم پذیرش	پذیرش		۰/۶۷	۰/۸۰	سیاستهای ارزی دولتها
	عدم پذیرش	پذیرش		۰/۶۹	۰/۸۱	تغییر بینش و تحصیل دانش روز توسط سیاستگذاران
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۸	۰/۹۲	۰/۸۹	اصلاح سیاستهای تشویقی و حمایت از تولیدات داخلی
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۸۸	۰/۸۵	ایجاد نظام نظارتی
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۷	۰/۸۸	۰/۸۶	ایجاد نهادهای حمایتی جهت ارائه خدمات حمایتی
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۸	۰/۹۲	۰/۸۹	تدوین سیاستهای کلان اقتصادی
	عدم پذیرش	پذیرش		۰/۵۷	۰/۷۴	ایجاد اتحادیه‌ها، صنوف و سازمانهای حامی کسب و کار
		عدم پذیرش			۰/۳۹	قوانین بیمه و اداره کار
		عدم پذیرش			۰/۴۲	اصلاح قوانین ورشکستگی
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۸۷	۰/۷۲	اصلاحات به روز قوانین صادرات، واردات و گمرکی
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۳	۰/۸۴	۰/۹۳	اصلاح سیاستهای قضایی و ارائه مشاوره حقوقی
	عدم پذیرش	پذیرش		۰/۶۱	۰/۷۵	اصلاح نظام قیمت گذاری
	عدم پذیرش	پذیرش		۰/۶۷	۰/۷۲	اصلاح قوانین ضد انحصاری
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۷	۰/۸۸	۰/۸۶	بهبود و توسعه قوانین ثبت اختراع و ثبت کسب و کارها
		عدم پذیرش			۰/۵۴	چابک سازی و ساده سازی قوانین و مراحل اداری مرتبط
پذیرش	۰/۸۷		۰/۹۷	۰/۸۹	۰/۷۴	انسجام و شفافیت قوانین توسعه کسب و کارها
		عدم پذیرش			۰/۴۱	توسعه استانداردها
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۸۹	۰/۷۵	دوره‌های آموزشی فنی و توانمند سازی
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۵	۰/۸۷	۰/۷۱	الگوهای نوآوری یادگیری
		عدم پذیرش			۰/۳۹	تعامل بین دانشگاه و موسسات آموزشی با صنعت
		عدم پذیرش			۰/۴۲	اشتراک گذاری اطلاعات و مدیریت دانش
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۹۰	۰/۷۵	تحقیق، توسعه و انتقال دانش و آگاهی

پذیرش	پذیرش	پذیرش	۱	۰/۹۶	۰/۸۴	ایجاد مراکز رشد، پارک علم و فناوری و شتاب‌دهنده
		عدم پذیرش			۰/۴۵	ترویج فرهنگ کارآفرینی و ایجاد کسب و کار
		عدم پذیرش			۰/۵۲	تشخیص و خلق فرصت
		عدم پذیرش			۰/۵۶	شناسایی گروه مشاورین و مربیان
		عدم پذیرش			۰/۴۵	شناسایی ذینفعان
		عدم پذیرش			۰/۵۵	شناسایی رقبا
		عدم پذیرش			۰/۵۴	ایجاد انگیزه، روحیه خودباوری و ریسک‌پذیری
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۹۰	۰/۷۵	پرورش نوآوری و خلاقیت
	عدم پذیرش	پذیرش		۰/۶۸	۰/۷۵	انتقال تجربه
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۸۸	۰/۷۲	جذب منابع انسانی با استعداد و خلاق
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۲	۰/۸۲	۰/۷۶	ایجاد مهارت‌های مدیریتی
		عدم پذیرش			۰/۴۱	ایجاد مهارت تیم‌سازی و کار تیمی
		عدم پذیرش			۰/۳۹	پاسخگویی
		عدم پذیرش			۰/۴۲	رقابت‌پذیری بازار
		عدم پذیرش			۰/۴۱	ارزیابی و امکان‌سنجی بازار
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۷	۰/۹۰	۰/۷۵	تشخیص و دسترسی به بازارهای داخلی و خارجی
		عدم پذیرش			۰/۴۵	ایجاد نظام اطلاعاتی بازار
		عدم پذیرش			۰/۵۲	تثبیت و حفظ موقعیت در بازار
		عدم پذیرش			۰/۵۴	قوانین ورود به بازار
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۷	۰/۸۹	۰/۸۷	دسترسی به کانال‌های توزیع در بازار
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۵	۰/۸۷	۰/۸۵	میزان سرمایه‌گذاری
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۸۷	۰/۸۴	سودآوری
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۸۹	۰/۸۷	نرخ رشد درآمد
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۸	۰/۹۲	۰/۸۹	کاهش هزینه
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۸	۰/۹۲	۰/۸۹	کاهش مالیات

		عدم پذیرش			۰/۴۱	دسترسی به اعتبار و ضمانت در حوزه مالی
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۸۸	۰/۸۵	مساعدتها و تسهیلات مالی
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۴	۰/۸۵	۰/۸۳	سیاستهای مالی و پولی دولت
		عدم پذیرش			۰/۳۹	جذب سرمایه‌گذاران جسور
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۲	۰/۸۲	۰/۸۰	دسترسی به تلفن
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۴	۰/۸۳	۰/۸۱	دسترسی به اینترنت
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۹۰	۰/۸۸	سیستم حمل و نقل
	عدم پذیرش	پذیرش		۰/۵۵	۰/۷۱	توسعه تکنولوژی و فناوری روز
	عدم پذیرش	پذیرش		۰/۵۹	۰/۷۵	دسترسی و مدیریت موثر منابع کسب و کار
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۷	۰/۹۰	۰/۷۵	تشکیل و مدیریت زنجیره تامین
		عدم پذیرش			۰/۴۱	استراتژیهای بازاریابی و تبلیغات
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۲	۰/۸۲	۰/۸۱	فعالیت در شبکه‌های اجتماعی
		عدم پذیرش			۰/۵۲	برندسازی
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۷	۰/۸۹	۰/۷۴	تامین تجهیزات و امکانات تجاری
	عدم پذیرش	پذیرش		۰/۵۵	۰/۷۶	انتخاب مکان مناسب برای شروع کسب و کار
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۸	۰/۹۲	۰/۷۸	ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین کسب و کارها
		عدم پذیرش			۰/۴۵	ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین حمایتگران
		عدم پذیرش			۰/۵۲	ایجاد شبکه‌های بین کسب و کارها و حمایتگران
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۴	۰/۸۵	۰/۸۳	ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین کسب و کارها و مشتریان
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۶	۰/۸۷	۰/۸۵	شناسایی نیازها و انتظارات مشتریان
		عدم پذیرش			۰/۴۵	ایجاد پایگاه اطلاعات مشتریان
پذیرش	پذیرش	پذیرش	۰/۹۷	۰/۸۸	۰/۷۲	ارتباط با مشتریان از طریق کانالهای مختلف

در دور اول حذف می‌شوند و بر اساس نظر خبرگان در دوم مولفه توسعه کارآفرینی و شاخصهای (۹- ۱۰- ۱۵- ۲۰- ۲۱- ۳۹- ۶۳- ۶۴- ۷۰) از فرایند دلفی فازی حذف شدند. در دور سوم دلفی فازی امتیاز بالاتر از

با توجه به نتایج جدول شماره ۸ در دور اول شاخص- های (۲- ۵- ۶- ۱۶- ۱۷- ۲۳- ۲۵- ۲۸- ۲۹- ۳۲- ۳۳- ۳۴- ۳۵- ۳۶- ۳۷- ۴۲- ۴۳- ۴۴- ۴۵- ۴۷- ۴۸- ۴۹- ۵۶- ۵۹- ۶۶- ۶۸- ۷۲- ۷۳- ۷۶) از فرایند دلفی فازی

۰/۷ برای تمامی شاخص‌ها نشان دهنده، مؤثر شناخته شدن همه آن‌ها و عدم نیاز به حذف شاخص می‌باشد.

جدول ۷: آزمون توافق دلبیوی کندال دلفی دور سوم

تعداد	ضریب توافق دلبیوی کندال	شاخص کای دو	درجه آزادی	شاخص معنی داری
۵۴	۰/۷۰۳	۶۸/۹۲۳	۳۳	۰/۰۰۰۱

اهمیت زیادی دارد و می‌تواند بر تصمیم‌گیری‌ها و فرصت‌های تجاری تأثیر بگذارد. وجود استقرار سیاسی و امنیت در کشور، از یک سو اطمینان را برای شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران فراهم می‌کند و از سوی دیگر از مخاطرات احتمالی مربوط به ناپایداری و تهدیدهای امنیتی جلوگیری می‌کند. بنابراین، این عوامل می‌توانند تأثیر مستقیم بر عملکرد، رشد و پایداری کسب و کارها داشته باشند و به عنوان عوامل کلیدی در ایجاد محیط کسب و کار مطلوب در سطح بین‌المللی شناخته می‌شوند. این مقوله با یافته‌های ویکتوراجونز و همکاران (۲۰۲۴)، برتاسینی و همکاران (۲۰۲۱)، باسوله و همکاران (۲۰۱۵)، میثمی و همکاران (۱۳۹۶)، مبینی دهکردی و ترکمن (۱۳۹۹)، حیدری و همکاران (۱۴۰۰) و کفشدوز محمدی و همکاران (۱۴۰۰) همراستا است.

ساختار فرهنگی اکوسیستم کسب و کارهای حوزه صنایع غذایی ایران با مولفه اصلاح ساختار نظام آموزشی و توانمند سازی منابع انسانی مورد شناسایی قرار گرفت. دوره آموزشی توانمند سازی، افزایش توانمندی کارکنان و کارفرمایان این حوزه را تسهیل می‌کند و می‌تواند در کیفیت تولید و خدمات موثر باشد. الگوهای نوآوری یادگیری، می‌تواند در ترویج تکنولوژی و نوآوری در صنایع غذایی کمک کند و باعث ارتقای سطح این صنایع شود. تحقیق، توسعه دانش و آگاهی به منظور تأمین توانمندی‌های مناسب و بالا برای کارکنان و کارفرمایان، می‌تواند در ارتقاء استانداردها و کیفیت محصولات و خدمات صنایع غذایی تأثیرگذار باشد. ایجاد مراکز رشد، پارک علم و فناوری و شتاب‌دهنده قوی و ارتقاء یافته

چنانچه در جدول شماره ۹ مشاهده می‌شود، مقدار ۰/۰۰۰۱ شاخص معنی‌دار که کمتر از معیار ۰/۰۵ می‌باشد، همبستگی پاسخ‌ها را تأیید می‌کند. همچنین مقدار بالاتر از ۰/۵ برای ضریب دلبیوی کندال نیز تطابق قابل قبول نظرات را در این آزمون نشان می‌دهد.

## ۵ بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق با هدف شناسایی متغیرهای تبیین‌کننده اکوسیستم کسب و کارهای ایران در حوزه صنایع غذایی با بکارگیری تکنیک فراترکیب و دلفی فازی انجام شده است. یافته‌های تحقیق که حاکی از تجزیه و تحلیل نتایج پژوهش‌های پیشین و نظر خبرگان حوزه صنایع غذایی است، نشان می‌دهد که: ساختار سیاسی و اکوسیستم کسب و کارهای ایران به عنوان یک موضوع پیچیده می‌تواند از زوایای مختلف تحلیل شود. روابط حاکم بین کشور مبداء با سایر کشورها، اعتماد سازی برای مشارکت و سرمایه‌گذاری، عملکرد دولتها در زمینه سطح پایداری و امنیت در سطح بین‌الملل تأثیر مهمی بر کسب و کارها دارد. این امر می‌تواند به طور مثال تأثیر بر فرصت‌های بازار، رقابت، تأمین منابع و مشکلات نهادی داشته باشد. روابط دوجانبه یک کشور با سایر کشورها می‌تواند تأثیر زیادی بر فعالیت‌های تجاری و اقتصادی شرکت‌ها داشته باشد، از جمله دسترسی آسان‌تر به بازارها، تأمین منابع و مواد اولیه، همکاری در برنامه‌های توسعه و تبادل فناوری. اعتماد بین کشورها و مشارکت‌های مشترک می‌تواند به دوام و پایداری روابط تجاری و سرمایه‌گذاری‌ها کمک کند. اعتماد بین دولت و کسب و کارها نیز

می‌توانند تأثیر مستقیمی بر کسب و کارهای صنایع غذایی داشته باشند. پیگیری قوانین مالیاتی و اعتباری، به کنترل هزینه‌ها و بهبود عملکرد مالی کسب و کار کمک می‌کند. نرخ رشد درآمد و سودآوری می‌تواند به کسب و کارهای صنایع غذایی کمک کند تا به رشد و توسعه بیشتری دست یابند. وجود زیرساخت‌های حمل و نقل موثر و به روز می‌تواند به دسترسی سریع‌تر و ارزان‌تر به بازارها کمک کند. این امر می‌تواند سبب کاهش هزینه‌ها، افزایش کارایی و بهبود توزیع محصولات شود. وجود زیرساخت‌های ارتباطی مانند اینترنت پرسرعت، تلفن همراه، شبکه‌های اجتماعی و... امکان برقراری ارتباط با مشتریان، تامین کنندگان و شرکای تجاری را فراهم می‌کند و به بهبود عملکرد و ارتباطات کسب و کار کمک می‌کند. این مقوله با یافته‌های سپهری آزاد و همکاران (۱۴۰۲)، صادقی اردوبادی و همکاران (۱۴۰۱)، عقیلی آشتیانی و همکاران (۱۳۹۶)، لی و روح (۲۰۲۳)، کندا و همکاران (۲۰۲۱)، آردا (۲۰۱۵) و باسوله و همکاران (۲۰۱۵) همراستا است.

ساختار حمایتی اکوسیستم کسب و کارهای صنایع غذایی ایران با سه مولفه پشتیبانی سازمانی، شبکه سازی و مشتری مداری شناسایی شد. پشتیبانی سازمانی یکی از عوامل کلیدی در تحکیم و تقویت اکوسیستم کسب و کارهای صنایع غذایی است و می‌تواند به شکل‌دهی ساختار حمایتی این اکوسیستم بسیار مؤثر باشد. سازمان‌ها می‌توانند با تشکیل و مدیریت زنجیره تامین، بهبود روند کسب و کارهای صنایع غذایی را تسهیل کنند همین‌طور سازمان‌ها می‌توانند از طریق تامین تجهیزات و امکانات تجاری، تأمین منابع مالی لازم برای رشد و توسعه کسب و کارهای صنایع غذایی را ممکن کنند. سازمان‌ها می‌توانند با فعالیت در شبکه‌های اجتماعی ارتباطات و همکاری‌های لازم بین مخاطبان اکوسیستم کسب و کارهای صنایع غذایی را تسهیل و ترویج کنند. این ارتباط می‌تواند به بهبود فرصت‌های همکاری، تبادل اطلاعات و افزایش

می‌تواند کسب و کارها را به رقابت‌پذیرتری در بازارهای داخلی و خارجی کمک کند و از افزایش سهم بازار برای این صنایع حمایت کند. اصلاح ساختار نظام آموزشی در صنایع غذایی ایران می‌تواند ارتقای فرهنگی اکوسیستم کسب و کارها در این حوزه را تسهیل و تقویت کند و به بهبود عملکرد و رشد و پایداری این صنایع کمک کند. پرورش نوآوری و خلاقیت با تشویق افراد به ایجاد کسب و کارهای جدید و نوآورانه در صنایع غذایی، اشتغالزایی افراد را افزایش می‌دهد و می‌تواند با ایجاد مهارت‌های مدیریتی در اکوسیستم صنایع غذایی ایران می‌تواند به توسعه و رشد این حوزه کمک کرده و ساختار فرهنگی اکوسیستم کسب و کارها را به سمت فعالیت‌های نوآورانه و پویا هدایت کند. این مقوله با یافته‌های جعفرپور و همکاران (۱۴۰۲)، صادقی اردوبادی و همکاران (۱۴۰۱)، عقیلی آشتیانی و همکاران (۱۴۰۱)، ثقفی و همکاران (۱۴۰۱)، رحمتی و همکاران (۱۴۰۱)، قدیری معصوم و همکاران (۱۳۹۹)، فلاح و همکاران (۱۳۹۸)، باسوله و همکاران (۲۰۲۴)، پری‌یونو و هیدايات (۲۰۲۴) و لیو و همکاران (۲۰۲۳) همراستا است. ساختار اقتصادی اکوسیستم کسب و کارهای صنایع غذایی ایران با سه مولفه عوامل مرتبط با بازار، شرایط مالی و زیرساختها شناسایی شد. دسترسی به بازارهای داخلی و خارجی اهمیت زیادی برای کسب و کارهای صنایع غذایی دارد. تطابق محصولات و خدمات با نیازهای بازار می‌تواند به رشد و موفقیت کسب و کار کمک کند. دسترسی به کانالهای توزیع در بازار در بازار برای ارائه محصولات و خدمات با کیفیت، منحصر به فرد و جذاب برای مصرف‌کنندگان اهمیت دارد. میزان سرمایه‌گذاری، کاهش هزینه و کاهش مالیات به کارآفرینان امکان می‌دهد تصمیمات استراتژیک صحیح برای تطبیق با بازار را اتخاذ کنند. تسهیلات مالی و سیاست‌های مالی و پولی دولت بر کسب و کارهای صنایع غذایی نباید نادیده گرفته شود. پیگیری قوانین مرتبط با این حوزه و تطبیق با آنها می‌تواند به رشد صنایع غذایی کمک کند. سیاست‌های مالیاتی و حوزه‌های مالی دولتی

عامل موفقیت یک کسب و کار در این صنعت هستند. با تمرکز بر مشتریان و درک نیازها و ترجیحات آنها، کسب و کارها می‌توانند خدمات و محصولات خود را بهبود بخشیده و رضایت مشتری را افزایش دهند. ارتباط مستمر با مشتریان به کسب و کار این امکان را می‌دهد که به دقیق‌ترین نیازها و توقعات مشتریان پاسخ دهند و ارتباطات قوی‌تری با آنها برقرار کنند. ارائه تجربه مثبت و بی‌نظیر برای مشتریان می‌تواند باعث افزایش وفاداری آنها شود و این امر به ارتقاء ساختار حمایتی کسب و کارها کمک کند. با توجه به رقابت شدید در صنعت صنایع غذایی، ایجاد و نگهداری وفاداری مشتریان امری حیاتی برای بقا و رشد کسب و کارهای این صنعت است. با توجه به بازخوردهای مشتریان، کسب و کارها می‌توانند به سرعت به تغییرات بازار و نیازهای مشتریان واکنش نشان دهند و انعطاف پذیری بالایی داشته باشند. این مقوله از تحقیق جزو نوآوری تحقیق است که تحقیق همراستا با آن توسط محققین یافت نشد.

بر اساس یافته‌های تحقیق پیشنهاد می‌شود: جهت ارتقاء اکوسیستم کسب و کارهای ایران در حوزه صنایع غذایی می‌توان به تبادل دیپلماتیک، همکاری‌های اقتصادی، سرمایه‌گذاری مشترک و تبادل فنی و فرهنگی توجه کرد. ایجاد مقررات و توافق‌نامه‌های قانونی مشترک می‌تواند اعتماد و اطمینان بین کشورها و کسب و کارها را تقویت کند، همچنین می‌تواند برای حفظ سطح پایداری و امنیت منطقه و جهانی کمک کند. افزایش سرمایه‌گذاری در زمینه‌های امنیت و پایداری بین‌المللی می‌تواند به تقویت امنیت منطقه‌ای و جهانی کمک کند و محیط کسب و کارها را تضمین کند. تسهیلات در بورس ارزی، حذف موانع تجاری و تسهیلات مالی بین‌المللی می‌تواند در تعاملات تجاری و سرمایه‌گذاری بهبود آورد. استفاده از دیپلماسی اقتصادی به عنوان یک ابزار برای تقویت روابط اقتصادی و تجاری میان کشورها و توسعه معاملات بین‌المللی می‌تواند موثر باشد. ایجاد برنامه‌های آموزشی و آموزش مداوم برای

شفافیت کمک کند. ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین کسب و کارها، توسعه‌دهندگان، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و مصرف‌کنندگان می‌تواند به ایجاد فرصت‌های همکاری بین اعضای اکوسیستم کمک کند. با ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین کسب و کارها و مشتریان از طریق شبکه‌سازی، افراد و شرکت‌ها می‌توانند به سرعت واکنش نشان دهند و به تغییرات در بازارها و فناوری‌ها تطبیق یابند. به این صورت از طریق ارتباطات و شبکه‌های خود می‌توانند به راحتی بازارهای جدید را شناسایی کرده و به آنها ورود کنند. شبکه‌سازی می‌تواند امکان تبادل منابع، دانش، تجربیات بین اعضای اکوسیستم را فراهم کند که این امر می‌تواند به بهبود کیفیت تصمیم‌گیری و عملکرد کسب و کارها کمک کند. این مقوله از تحقیق جزو نوآوری تحقیق است که تحقیق همراستا با آن توسط محققین یافت نشد. طبق یافته‌های مقوله ساختار اجتماعی ایجاد قوانین و مقررات واضح و منطقی امکان‌پذیرتر است. برای کسب و کارها را فراهم می‌کند، که این امر امکان برنامه‌ریزی بهتر و افزایش انعطاف‌پذیری در برابر تغییرات را برای کسب و کارها فراهم می‌کند همچنین اصلاحات در قوانین و مقررات مربوط به تجارت و سرمایه‌گذاری می‌تواند به افزایش اعتماد کسب و کارها در محیط کسب و کارهای حوزه صنایع غذایی کمک کند و از افزایش تجارت و سرمایه‌گذاری کمک بیشتری شود. البته با اصلاح قوانین و مقررات رقابتی، دولت می‌تواند محیط رقابتی سالم و عادلانه‌ای نیز برای کسب و کارها فراهم کند و از بروز تبعیض و سواستفاده‌های نامنصفانه جلوگیری کند. دولت می‌تواند از طریق اصلاحات در قوانین و مقررات حمایت‌های مالی، مالیاتی و محیطی را برای تشویق و پشتیبانی از کسب و کارها فراهم کند. از طرفی مشتری‌مداری یک استراتژی کلان برای کسب و کارهای صنایع غذایی است که تمرکز اصلی آن بر رضایت مشتریان و ارتباط مؤثر با آنها است. این استراتژی می‌تواند بسیاری از جنبه‌های ساختار حمایتی اکوسیستم کسب و کارهای صنایع غذایی را تحت تأثیر قرار دهد. زیرا مشتریان اساسی‌ترین

کارها کمک کند. همکاری مؤثر بین دولت و بخش خصوصی در ترویج و توسعه کسب و کارهای صنایع غذایی می‌تواند به بهبود محیط کسب و کار، حل مسائل موجود و ارائه تسهیلات و پشتیبانی مناسب کمک کند. پیشنهاد می‌شود با انجام تحقیقات بازاریابی و شناخت عمیق‌تر نیازها و ترجیحات مشتریان، خدمات و محصولات را بهبود بخشیده و به طور موثرتر به نیازهای آنها پاسخ داد. برقراری ارتباط مداوم با مشتریان از طریق رسانه‌های اجتماعی، ایمیل و دیگر وسایل ارتباطی، کمک می‌کند تا اطلاعات و بازخوردهای آنها را دریافت کرده و به طور مستمر با آنها در تماس بماند. ارائه آموزش‌های مربوط به محصولات و خدمات به مشتریان، می‌تواند به افزایش آگاهی آنها و بهبود تجربه خرید آنها کمک کند. بهره‌گیری از فناوری‌های نوین مانند اینترنت اشیا، هوش مصنوعی و تجزیه داده‌ها، می‌تواند در بهبود فرایندهای کسب و کار، شناخت بهتر مشتریان و پاسخ به نیازهای آنها موثر باشد. همچنین برای پژوهش‌های آتی، پیشنهاد می‌شود که با استفاده از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چند معیاره، مولفه‌های معرفی شده در این پژوهش، رتبه‌بندی و وزن‌دهی شوند تا اولویت آن‌ها در برنامه‌ریزی مشخص شود.

### تعارض منافع

هیچ گونه تعارض منافع در این تحقیق وجود ندارد.

کارآفرینان و کارکنان صنایع غذایی به منظور ارتقاء دانش و مهارت‌های آنها در زمینه‌های نوآوری، بازاریابی، مدیریت و سایر مهارت‌های اساسی کسب و کار، تشکیل انجمن‌ها، انجمن‌های حرفه‌ای و شبکه‌های همکاری میان کارآفرینان و صنایع غذایی به منظور تبادل ایده‌ها، تجربیات و منابع مختلف، ایجاد برنامه‌ها و پروژه‌های پژوهشی و انکوراژ کارآفرینان به ارائه محصولات و خدمات نوآورانه در صنایع غذایی. ترویج فرهنگ همکاری، اشتراک منابع و مواضع موفقیت درون اکوسیستم کسب و کارهای صنایع غذایی به منظور تقویت ارتباطات و همبستگی میان اعضای این اکوسیستم. اعمال فناوری‌های نوین در تولید، پردازش و بازاریابی محصولات غذایی می‌تواند به بهبود کیفیت محصولات، افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌های تولید کمک کند. بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل می‌تواند به بازاریابی و توزیع محصولات بخصوص در مناطق دورافتاده کمک کند و به رشد کسب و کارهای صنایع غذایی ایران کمک کند. افزایش صادرات محصولات غذایی ایران می‌تواند به افزایش درآمد و رشد کسب و کارهای این حوزه کمک کند. برای این کار، تسهیلات صادراتی، تبلیغات بین‌المللی و ایجاد ارتباطات با بازارهای خارجی معتبر مهم می‌باشد. ارائه آموزش‌های متخصص و تخصصی در زمینه فنون و تکنولوژی‌های مرتبط با صنایع غذایی می‌تواند نیروی کار متخصص و با کیفیت را تأمین کند و به بهبود کیفیت و توانایی رقابتی کسب و

## منابع

- Aghili Ashtiani, A., Toloie Eshlaghy, A., & Motadel, M. (2022). Introducing a New Model for the Analysis of Iot Business Model Ecosystem in the Field Of Rehabilitation in Iran using the Sem Approach. *The Scientific Journal of Rehabilitation Medicine*, 11(4), 656-677. In Persian
- Alizadeh, N., Nikoyi, A., & Mokhtari, HR. (2019). Content Analysis of the Components of the Entrepreneurial Ecosystem in Iran. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 5(4), 89-104. In Persian
- Arruda, C., Nogueira, V. S., Cozzi, A., & Costa, V. (2015). The Brazilian entrepreneurial ecosystem of startups: an analysis of entrepreneurship determinants in Brazil and the perceptions around the Brazilian regulatory framework. In *Entrepreneurship in BRICS* (Vol. 2, pp. 9-26). Springer, Cham
- Babaei Fishani, M. R., khozain, A., ziya, B., & ashrafi, M. (2022). Presenting a Model of Technological Entrepreneurship Ecosystem in the Field of Knowledge-Based Businesses Active in the Field of Financial Technology. *Journal of Investment Knowledge*, 11(44), 175-202. In Persian
- Basole, R. C., Park, H., & Seuss, C. D. (2024). Complex business ecosystem intelligence using AI-powered visual analytics. *Decision Support Systems*, 178, 114133.
- Basole, R. C., Russell, M. G., Huhtamäki, J., Rubens, N., Still, K., & Park, H. (2015). Understanding business ecosystem dynamics: A data-driven approach. *ACM Transactions on Management Information Systems (TMIS)*, 6(2), 1-32.
- Bertassini, A. C., Zanon, L. G., Azarias, J. G., Gerolamo, M. C., & Ometto, A. R. (2021). Circular Business Ecosystem Innovation: A guide for mapping stakeholders, capturing values, and finding new opportunities. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 436-448.
- Falah, M., Amiri, M., Hajheidari, N., Seyedamiri, N., & Esfidani, R. (2019). Developing an Entrepreneurial Ecosystem Model for IT Startups (Case Study: South Khorasan). *Public Management Researches*, 12(45), 59-84. In Persian
- Ghadiri Masoum, M., Motiee Langroodi, S. H., Mohammad Reza, Z., & Gholami, A. (2020). Identifying and analyzing the roles and elements of an entrepreneurship ecosystem with a documentary approach. *Human Geography Research*, 52(3), 1083-1102. In Persian
- Heidari, M., badizadeh, A., & Heidarzadeh, K. (2020). Designing an Entrepreneurial Ecosystem Development Model in Border Areas (Study of

- Kurdistan Province). *Iranian journal of management sciences*, 15(57), 29-59. In Persian
- Houshyar, S., Danaei, A., & Rashidi, E. (2023). Conceptualization of the Social banking Model in Sepeh Bank Ecosystem: A Grounded theory with Constructivism Approach. *Public Management Researches*, 16(60), 247-276. In Persian
- Jafarpour, S., Khodadad hosseini, H., Kordnaeij, A. (2023). Exploring the strategic robustness of businesses active in Iran's smart agriculture sector. *Management Research in Iran*, 27(1), 92-116. In Persian
- Kafshdoz Mohammadi, F., Hosseininia, GH., Meiguonpoory, MR., Vazifehdust, H. (2021). Designing a conceptual model of the intelligent transportation startup business ecosystem. *Journal of Development & Evolution Mngement*, 45(13), 39-52. In Persian
- Kanda, W., Geissdoerfer, M., & Hjelm, O. (2021). From circular business models to circular business ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, 30(6), 2814-2829.
- KordNaeij, A., Jamali, M., Khodadad Hosseini, S., Fallah Tafti, S. (2021). Explaining interactive strategic objectives of Iranian Banking Industry by applying business ecosystem concept. *Management Research in Iran*, 19(4), 139-160. In Persian
- Lee, M. J., & Roh, T. (2023). Unpacking the sustainable performance in the business ecosystem: Coopetition strategy, open innovation, and digitalization capability. *Journal of Cleaner Production*, 412, 137433.
- Liguori, E., Bendickson, J., Solomon, S., & McDowell, W. C. (2019). Development of a multi-dimensional measure for assessing entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(1-2), 7-21
- Liu, G., Aroean, L., & Ko, W. W. (2023). Service innovation in business ecosystem: The roles of shared goals, coopetition, and interfirm power. *International Journal of Production Economics*, 255, 108709.
- Masucci, M., Brusoni, S., & Cennamo, C. (2020). Removing bottlenecks in business ecosystems: The strategic role of outbound open innovation. *Research Policy*, 49(1), 103823.
- Maysami, A., Mohammadi Elyasi, G., Moini Dehkordi, A., & Hejazi, S. R. (2018). The Dimensions and Components of Technological Entrepreneurship Ecosystem in Iran. *Journal of Technology Development Management*, 5(4), 9-42. In Persian
- Mobini Dehkordi A, Torkaman J. (2022). Analytical Comparison of Business Network and Business Ecosystem. *Strategic studies in the oil and energy industry*, 11 (44), 3-32. In Persian

- Moshabaki, A., Kord Naeij, A., Jahanizadeh, F., Khodadad Hosseini, S. (2021). Explaining the Basic Principles of Business Ecosystem Approach. *Management Research in Iran*, 19(2), 139-160. In Persian
- Nejad Taheri, A., Karshenasan, A., & Mohammadi, M. (2021). Evaluation and Analyzing Entrepreneurial Ecosystem and Business Environment of Iran Provinces by PFB Approach. *Journal of economics and regional development*, 27(20), 101-127. In Persian
- Priyono, A., & Hidayat, A. (2024). Fostering innovation through learning from digital business ecosystem: A dynamic capability perspective. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1), 100196.
- Rahmaty, M., Pilevari Salmasi, N., & Dariush, A. (2023). Presenting a Model of Entrepreneurial Ecosystem in Tourism Businesses of Mazandaran Province: A Mixed Methods Approach. *Journal of Executive Management*, 14(28), 167-196. In Persian
- Sadeghi Ordoubadi, B., Mohammadkazemi, R., & Hosseininia, G. (2023). Designing a conceptual model for the development of digital business ecosystem based on scientometric studies. *Iranian journal of management sciences*, 17(68), 133-155. In Persian
- Saeidi, R., hasanzadeh, A., elahi, S., Abessi, M. (2021). Meta-Analysis of Relationship between Digital Business Ecosystem, Value Creation Ecology and SMAC Ecology. *Management Research in Iran*, 22(1), 47-67. In Persian
- Saghafi, F., Jafarnejad, A., Manteghi, M., & Mousavo, S. J. (2022). The model of the stages for industrial business ecosystems evolution. *Business Intelligence Management Studies*, 10(40), 135-166. In Persian
- Senyo, P. K., Liu, K., & Effah, J. (2019). Digital business ecosystem: Literature review and a framework for future research. *International journal of information management*, 47, 52-64.
- Sepehriazad, U., mosakhani, M., & Davari, A. (2023). Designing a Digital Business Ecosystem Model with an E-learning Approach Using Structural Equation Modeling. *Roshd - e Fanavari*, 74(19), 70-87. In Persian
- Shafei, R., Ahmadizad, A., & Mowlaei, Z. (2021). The role of customer participation in creating economic and social value in tourism business ecosystem (case study: customers of active companies in the tourism industry). *Journal of Tourism and Development*, 10(4), 113-126. In Persian
- Suuronen, S., Ukko, J., Eskola, R., Semken, R. S., & Rantanen, H. (2022). A systematic literature review for digital business ecosystems in the manufacturing industry: Prerequisites, challenges, and benefits. *CIRP*

- Journal of Manufacturing Science and Technology*, 37, 414-426.
- Viktora-Jones, M., Parente, R., Drori, N., & Zhao, Y. (2024). Firm performance drivers within a dynamic emerging market ecosystem. *Journal of International Management*, 30(1), 101119.
- Yi, Y., Chen, Y., & Li, D. (2022). Stakeholder ties, organizational learning, and business model innovation: A business ecosystem perspective. *Technovation*, 114, 102445.
- Zhang, K., Feng, L., Wang, J., Lin, K. Y., & Li, Q. (2023). Servitization in business ecosystem: A systematic review and implications for business-to-business servitization research. *Technology Analysis & Strategic Management*, 35(11), 1480-1496.