

Research Paper

Meta-synthesis of Explanatory Variables of Humanity, Structural, and Environmental Factors Related to Starting and Sustaining Businesses in the Food Industry Field

Seyed Kamal Tourang*¹ , Hassanali Aghajani² 

¹ Department of Industrial Engineering, Faculty of Material and Industrial, Nooshirvani University of Technology Babol, Iran.

² Department of Industrial Management, Faculty of Economic and Administration Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.



10.22080/shrm.2026.6391

Received:

October 22, 2025

Accepted:

February 16, 2026

Available online:

February 18, 2026

Keywords:

Business, Startup, Food Industry, Human, Structure, Environment.

Abstract

Businesses are recognized as one of the strategic sectors in the global economy, given the increasing 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. The aim of this study is 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 from 1393 to 1403 and 2014 to 2024. In order to systematically search for published sources in databases based on relevant keywords, five English-language and five Persian-language databases were used. Meta-combination and Fuzzy Delphi techniques were used in this study. 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; the category of structural characteristics of the business, including team building, business financing, the business ideation process, customers, and access to the industry and market; and the category of 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 for a successful starting food industry business, it is necessary to pay attention to these three main factors and the related sub-variables.

Extended abstract

1. Introduction

With the increasing population and changes in consumption patterns, the need for innovation and launching new businesses in this field is strongly felt. However, the process of launching and starting up industrial businesses is

accompanied by numerous challenges that can affect the success and sustainability of these businesses (Sachdev, 2023). Among these challenges are the lack of access to sufficient financial resources, legal and regulatory complexities, the need for research and development of new products, as well as intense competition in the market. In addition, rapid

* **Corresponding Author:** Seyed Kamal Tourang

Address: Nooshirvani University of Technology Babol, Iran.

Email: tourang.sk@nit.ac.ir

changes in consumer tastes and needs, environmental and social pressures, as well as supply chain challenges are other factors that can affect the process of launching industrial businesses (Partovijnejad Fomani et al., 1403). On the other hand, the market is highly competitive and business entrepreneurs must compete with reputable brands. This competition can be particularly challenging for new startups that are not yet well-known (Edelman et al., 2016). In some cases, cultural and social attitudes towards entrepreneurship and startups can prevent them from attracting investors and customers. Lack of access to new technologies and the infrastructure necessary for innovation can affect entrepreneurs' ability to offer new products and services (Farhadi et al., 1402). Access to accurate information and comprehensive analyses about the market, competitors, and consumer needs can help founders make better decisions about marketing strategies, sourcing, and product development. This improvement in decision-making can lead to increased efficiency and productivity of businesses. By creating a stable and transparent business environment, founders can gain the trust of investors (Dehghani Ashkazari, 2010). This can help attract more investments and provide the necessary financial resources for business development (Hosseini Kahnouj et al., 1400). Founders of businesses who form new businesses use their time, money, and other tools. Creating new businesses is not just a phenomenon that occurs spontaneously due to technological, industrial, and other changes in the environment. Rather, it is a human endeavor that requires strong human intervention (Meyer and Hamilton, 2020). The ability to think creatively and provide innovative solutions to existing market problems is a key characteristic of successful founders. This characteristic allows them to develop new products and services that meet customer needs. Founders must believe in their abilities and be able to make important decisions in conditions of uncertainty. This characteristic helps them to show stability and perseverance in the face of challenges and obstacles (Hajipour et al., 1402). The role and effects of the environment on entrepreneurship is one of the key topics in economic and management studies that directly or indirectly affect entrepreneurs and their

businesses. In a dynamic environment, the economic situation and market conditions can have a great impact on entrepreneurs' decisions (Lesaga, 2019). During economic prosperity, entrepreneurs may face more opportunities to start new businesses, while during economic recession, uncertainty and higher risks can prevent new businesses from starting. The presence of appropriate financial resources and investments in the economic environment can also help entrepreneurs turn their ideas into reality (Karizonui et al., 2017). Technological advances and access to new technologies can help entrepreneurs develop new products and services and improve their business processes. Conversely, lack of access to new technologies can hinder the competitiveness of businesses. An environment that encourages innovation can help entrepreneurs develop and market new ideas. This environment can include research and development centers, universities, and support institutions (Partovinejad Foumani et al., 1403). The legal environment and business regulations can have a great impact on entrepreneurship. Laws that support entrepreneurship, such as tax incentives and government support, can help entrepreneurs start and grow their businesses. Conversely, restrictive laws and legal barriers can hinder the growth of entrepreneurship (Sartono, 2023). Business founders must be aware of the structural factors such as goals, policies, methods, and systems related to businesses. Successful start-ups have specific and actionable strategies that help them achieve their goals and remain competitive in the market. Startups also meet market needs with an innovative and unique idea (Tupperkar et al., 2018). Experienced and committed teams have a greater chance of success. Successful businesses are constantly looking for new ideas and improving their products and services. They have the ability to identify and respond to the changing needs of customers. These businesses pay special attention to the needs and desires of customers and strive to provide them with a positive and valuable experience (Shekoo et al., 1400). Successful businesses value building and maintaining strong relationships with customers, suppliers, and other stakeholders. These connections help them identify new opportunities. The success of early-stage startups depends on a combination of

innovative ideas, effective teams, sustainable business models, access to finance, marketing strategies, and a supportive environment (True, 2014). Given the increasing importance of entrepreneurship and innovation in the food industry, this research can be used as a reliable source for researchers and students interested in this field and help expand knowledge and awareness in the field of starting new businesses in the food industry. Finally, the present research seeks to provide a framework and dimensions explaining the startup stage of businesses in the food industry in Iran.

2. Research Methods

The data in the present research include two qualitative and quantitative parts extracted from the population and the statistical sample in accordance with the techniques used in the present study. The statistical population in the qualitative part includes articles, theses, books, and other sources from 1393 to 1403 and 2014 to 2024. In the quantitative part, food industry experts were selected using the snowball sampling method. To validate the data, in addition to Cohen's kappa with a coefficient of 0.88, three quantitative criteria of Holstey coefficient, Scott's p-coefficient and Krappendorff's alpha were used to examine the validity, transferability, confirmability, and reliability. Considering the value of Holstey coefficient equal to 0.89, Scott's p-coefficient equal to 0.79, and Krappendorff's alpha equal to 0.90, the value of these coefficients is greater than 0.7, indicating the reliability of the extracted codes. In this study, to systematically search for articles published in different journals, data were collected from five English-language and five Persian-language databases using keywords. Then, a fuzzy Delphi questionnaire was used to collect expert opinions. This research was conducted in a mixed manner using the meta-combination and fuzzy Delphi techniques. In order to perform the meta-combination, the seven-step method of Sandelowski and Barso (2007) was used.

3. Results

Based on previous studies and extracted codes, dimensions, components, and indicators explaining the start-up and launch stage of

businesses have been determined and introduced in three categories: characteristics of the founder with psychological factors, demographic factors, acquired skills of the founder; business conditions with components of team building, business financing, business idea generation process, customers, access to industry and market; and environmental factors affecting business start-up with components of the role of the government in facilitating business start-up, educational centers and business support organizations, cultural environment, existence of necessary infrastructure in the environment, and 64 open codes. Finally, after performing the meta-synthesis steps, the qualitative model of explanatory criteria included three main variables and 12 sub-variables.

4. Conclusion

Based on the research processes conducted, the characteristics of the business founder refer to a set of personality traits, skills, experiences, and attitudes that influence an individual's ability to identify business opportunities, manage challenges and risks, and create and develop a new business. The characteristics of the business founder are known as a complex combination of psychological, demographic, and acquired skills that can have profound effects on the process of starting, growing, and succeeding in new businesses. These characteristics not only affect an individual's ability to identify and exploit opportunities, but can also help shape organizational culture and business strategies. Psychological factors include personality traits, motivations, attitudes, and beliefs that influence the founder's behavior and decision-making. Characteristics, such as creativity and innovation, risk-taking, acceptance of uncertainty, teamwork spirit, and acceptance of suggestions and different tastes, can help an individual perform better in the face of challenges and uncertainties. In line with the research findings, is the following suggestions are made: To launch a startup business in the Iranian food industry, entrepreneurs should increase their self-confidence by participating in training courses and professional consultations, as well as pay attention to creating a diverse team with different experiences and backgrounds to obtain more innovative ideas. Learning stress management

techniques and improving mental health can help entrepreneurs perform better in the face of challenges. Entrepreneurs should also take training courses in fields related to the food industry, such as production, marketing, and government grants. Holding regular meetings to exchange ideas and innovate in products and services and conducting market research to identify customer needs and preferences and adapting products to these needs can help improve the ideation process. Entrepreneurs should also pay attention to building and maintaining strong relationships with suppliers and distributors and promote an entrepreneurial culture in the community and benefit from the successful experiences of others. They also need to pay attention to the existence of necessary infrastructure such as transportation, energy supply, and internet access and take advantage of government facilities and supports such as free consultations and training programs. Moreover, entrepreneurs can collaborate with universities and educational centers to benefit from new research and innovations.

Funding:

There is no funding support.

Authors' contribution:

All authors are equally involved in the preparation and writing of the article.

Conflict of interest:

The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments:

We would like to thank all colleagues, entrepreneurs, and managers who have cooperated in collecting data and conducting interviews.

management. Moreover, they should form teams with different specialties (production, marketing, finance) to help improve the overall performance of the business and seek financing from various sources such as bank loans, angel investors, and

علمی

فرا ترکیب متغیرهای تبیین کننده عوامل انسانی، ساختاری و محیطی مرتبط با راه اندازی و ماندگارسازی کسب و کارها در حوزه صنایع غذایی

سید کمال تورنگ*^۱ ID، حسنعلی آقاجانی^۲ ID

^۱ عضو هیئت علمی و استادیار گروه مهندسی صنایع دانشکده مواد و صنایع دانشگاه صنعتی نوشیروانی بابل، ایران.

^۲ عضو هیئت علمی و استاد گروه مدیریت صنعتی دانشکده علوم اقتصادی و اداری دانشگاه مازندران، بابل، ایران.



[10.22080/shrm.2026.6391](https://doi.org/10.22080/shrm.2026.6391)

چکیده

زمینه: راه اندازی و ماندگارسازی کسب و کارهای خرد، کوچک، متوسط، بزرگ و نیز استارت آپها به عنوان یکی از بخش های استراتژیک در اقتصاد جهانی، با توجه به افزایش جمعیت و تغییرات الگوهای مصرف، شناخته می شوند. در این زمینه، راه اندازی استارت آپی کسب و کارها به دلیل تأثیرات عمیق آن بر اقتصاد و جامعه از اهمیت و ضرورت بالایی برخوردار است. هدف پژوهش حاضر، ارائه چهارچوب و ابعاد تبیین کننده مرحله راه اندازی و استارت آپی کسب و کارهای حوزه صنایع غذایی ایران است. روش شناسی: جامعه آماری شامل مقالات، پایان نامه ها، پژوهش ها، کتاب ها از سال 1393 شمسی تا 1403 و 2014 میلادی تا 2024 بوده است و به منظور جست و جوی نظام مند منابع منتشر شده در پایگاه های داده ها براساس واژگان کلیدی مرتبط، از پنج پایگاه داده انگلیسی زبان و پنج پایگاه داده فارسی زبان استفاده شده است. تکنیک های مورد استفاده، فرا ترکیب و دلفی فازی بوده است. به منظور انجام فرا ترکیب از روش هفت مرحله ای سندلوسکی و بارسو (2007) استفاده شده است. یافته ها: براساس نتایج پژوهش، متغیرهای تبیین کننده کسب و کارها در سه مقوله ویژگی های انسانی فرد مؤسس شامل عوامل روان شناختی، عوامل جمعیت شناختی، مهارت های اکتسابی مؤسس؛ مقوله ویژگی های ساختاری کسب و کار شامل ایجاد تیم، تأمین مالی کسب و کار، فرآیند ایده پردازی در کسب و کار، مشتریان، دسترسی به صنعت و بازار و مقوله عوامل محیطی مؤثر بر راه اندازی کسب و کار شامل نقش دولت در تسهیل راه اندازی کسب و کار، مراکز آموزشی و سازمان های حامی کسب و کار، محیط فرهنگی، وجود زیرساخت های لازم در محیط و 63 کد باز معرفی شده اند. نتیجه گیری: در پایان توصیه شده است که به منظور توفیق در راه اندازی کسب و کارهای صنایع غذایی لازم است که به این عوامل سه گانه اصلی و متغیرهای فرعی مربوط توجه شود.

تاریخ دریافت:

۳۰ مهر ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش:

۲۷ بهمن ۱۴۰۴

تاریخ انتشار:

۲۹ بهمن ۱۴۰۴

کلیدواژه ها:

منابع انسانی تقویت شده با هوش مصنوعی؛ شکوفایی کارکنان؛ بهزیستی؛ ابزار ویانت

* نویسنده مسئول: سید کمال تورنگ

آدرس: دانشگاه صنعتی نوشیروانی بابل، ایران.

ایمیل: tourang.sk@nit.ac.ir

۱. مقدمه

با توجه به اینکه صنایع به عنوان یکی از مهم‌ترین و حیاتی‌ترین بخش‌های اقتصاد جهانی در دنیای امروز شناخته می‌شوند (Sartono, 2023) و با عنایت به افزایش جمعیت و تغییرات در الگوهای مصرف، نیاز به نوآوری و راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید در این حوزه به شدت احساس می‌شود. با این حال، فرآیند راه‌اندازی و استارت‌آپی کسب‌وکارهای صنعتی با چالش‌های متعددی همراه است که می‌تواند بر موفقیت و پایداری این کسب‌وکارها تأثیر بگذارد (Sachdev, 2023). از جمله این چالش‌ها می‌توان به عدم دسترسی به منابع مالی کافی، پیچیدگی‌های قانونی و مقرراتی، نیاز به پژوهش و توسعه محصولات جدید و همچنین رقابت شدید در بازار اشاره کرد. علاوه بر این، تغییرات سریع در سلیقه و نیازهای مصرف‌کنندگان، فشارهای محیطی و اجتماعی و همچنین چالش‌های مربوط به زنجیره تأمین، از دیگر عواملی هستند که می‌توانند بر فرآیند راه‌اندازی کسب‌وکارها تأثیرگذار باشند (پرتوی نژاد فومنی و همکاران، ۱۴۰۳). یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها، عدم دسترسی به منابع مالی کافی برای تأمین هزینه‌های اولیه و سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار است. بانک‌ها و مؤسسات مالی معمولاً شرایط سختی برای اعطای وام دارند و سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر نیز به ندرت در این حوزه سرمایه‌گذاری می‌کنند (صفری و همکاران، ۱۴۰۲). فرآیندهای اداری و قانونی برای ثبت و راه‌اندازی کسب‌وکار می‌تواند بسیار زمان‌بر و پیچیده باشد. کارآفرینان ممکن است با موانع قانونی، مجوزهای متعدد و تغییرات مکرر در قوانین مواجه شوند که می‌تواند روند راه‌اندازی را به تأخیر بیندازد (Toxirovna, 2024). از طرفی بازار به شدت رقابتی است و کارآفرینان

کسب‌وکارهای نوپا باید با برندهای معتبر رقابت کنند. این رقابت می‌تواند به‌ویژه برای استارت‌آپ‌های جدید که هنوز شناخته شده نیستند، چالش‌برانگیز باشد (Edelman et al., 2016). تغییرات سریع در سلیقه و نیازهای مصرف‌کنندگان می‌تواند به عدم تطابق محصولات جدید با بازار منجر شود. کارآفرینان باید به‌طور مداوم بازار را رصد کنند و به نیازهای جدید پاسخ دهند (Kiboro, 2018). تأمین مواد اولیه با کیفیت و به‌موقع یکی دیگر از چالش‌های مهم است. نوسانات قیمت مواد اولیه و مشکلات مربوط به حمل‌ونقل می‌تواند بر هزینه‌ها و زمان تولید تأثیر بگذارد. در بسیاری از موارد، کارآفرینان احساس می‌کنند که حمایت‌های دولتی کافی برای توسعه کسب‌وکارهای جدید وجود ندارد. این عدم حمایت می‌تواند به کاهش انگیزه و اعتماد به نفس کارآفرینان منجر شود (شکور و شجاعی فرد، ۱۴۰۱). در برخی موارد، نگرش‌های فرهنگی و اجتماعی نسبت به کارآفرینی و استارت‌آپ‌ها می‌تواند مانع از جذب سرمایه‌گذاران و مشتریان شود. عدم دسترسی به فناوری‌های نوین و زیرساخت‌های لازم برای نوآوری می‌تواند بر توانایی کارآفرینان در ارائه محصولات و خدمات جدید تأثیر بگذارد (فرهادی و همکاران، ۱۴۰۲)؛ لذا بهبود شرایط و تسهیل فرآیند راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید در صنایع غذایی، نیازمند توجه بیشتر و ارائه راهکارهای مؤثر از سوی کارآفرینان، دولت و نهادهای حمایتی است.

با افزایش جمعیت و تغییرات در الگوهای مصرف، استارت‌آپ‌ها به عنوان یکی از بخش‌های استراتژیک در اقتصاد جهانی شناخته می‌شوند. پژوهش در زمینه راه‌اندازی و استارت‌آپی کسب‌وکارها به دلیل

بهبود شرایط اقتصادی و اجتماعی جامعه کمک شایانی کند.

امروزه صنایع غذایی به عنوان یکی از ارکان اصلی تأمین امنیت غذایی و بهبود کیفیت زندگی افراد، نقش حیاتی در توسعه پایدار ایفا می کنند. این پژوهش می تواند به شناسایی ابعاد، مؤلفه ها و شاخص هایی در فرآیند راه اندازی کسب و کارهای صنایع غذایی کمک کند. با بررسی پژوهش های موجود، می توان به درک بهتری از عوامل مؤثر بر راه اندازی این کسب و کارها دست یافت. این اطلاعات می تواند به کارآفرینان و سرمایه گذاران کمک کند تا استراتژی های بهتری برای ورود به بازار و مدیریت کسب و کارهای خود اتخاذ کنند. علاوه بر این، این پژوهش می تواند به نهادهای دولتی و سیاست گذاران کمک کند تا با شناسایی نیازها و چالش های موجود در این حوزه، سیاست ها و برنامه های حمایتی مؤثرتری را طراحی کنند. این امر می تواند به تقویت زیرساخت های لازم برای رشد و توسعه صنایع غذایی و همچنین افزایش اشتغال در این بخش منجر شود. در نهایت، با توجه به اهمیت روزافزون کارآفرینی و نوآوری در صنایع غذایی، این پژوهش می تواند به عنوان یک منبع معتبر برای پژوهشگران و دانشجویان علاقه مند به این حوزه نیز مورد استفاده قرار گیرد و به گسترش دانش و آگاهی در زمینه راه اندازی کسب و کارهای جدید در صنایع غذایی کمک کند. تاکنون پژوهش قابل اعتنایی به بررسی ابعاد تبیین کننده مرحله راه اندازی و استارت آپ کسب و کارهای حوزه صنایع غذایی ایران نپرداخته و پژوهش حاضر می تواند زمینه ساز پژوهش های کاربردی بعدی باشد؛ لذا پژوهش حاضر به دنبال ارائه چهارچوب و ابعاد تبیین کننده مرحله راه اندازی استارت آپ کسب و کارهای حوزه صنایع غذایی ایران است.

تأثیرات عمیق آن بر اقتصاد و جامعه از اهمیت بالایی برخوردار است (Barit, 2023). دسترسی به اطلاعات دقیق و تحلیل های جامع در مورد بازار، رقبا و نیازهای مصرف کنندگان می تواند به مؤسسان کمک کند تا تصمیمات بهتری در زمینه استراتژی های بازاریابی، تأمین منابع و توسعه محصولات اتخاذ کنند. این بهبود در تصمیم گیری می تواند به افزایش کارایی و بهره وری کسب و کارها منجر شود. با ایجاد یک محیط کسب و کار پایدار و شفاف، مؤسسان می توانند اعتماد سرمایه گذاران را جلب کنند (دهقانی اشکذری، 1399). این امر می تواند به جذب سرمایه گذاری های بیشتر و تأمین منابع مالی لازم برای توسعه کسب و کار کمک کند. مؤسسان می توانند بر روی نوآوری و توسعه محصولات جدید تمرکز بیشتری داشته باشند. این امر می تواند به ایجاد محصولات و خدمات منحصربه فرد و افزایش رقابت پذیری در بازار منجر شود (حسینی کهنوج و همکاران، 1400). با افزایش موفقیت کسب و کارها و استارت آپ ها، فرصت های شغلی جدیدی ایجاد خواهد شد. این امر می تواند به کاهش نرخ بیکاری و توسعه اقتصادی در سطح محلی و ملی منجر شود (Alferaih, 2022). با توجه به اهمیت صنایع غذایی در تأمین امنیت غذایی و بهبود کیفیت زندگی، حل چالش ها و تقویت کسب و کارهای این حوزه می تواند به توسعه پایدار و بهبود شرایط اجتماعی و اقتصادی جامعه کمک کند. می توان برنامه های آموزشی و حمایتی مؤثرتری برای کارآفرینان طراحی کرد. این امر می تواند به افزایش آگاهی و مهارت های لازم برای راه اندازی و مدیریت کسب و کارها منجر شود. در نهایت، شناسایی عوامل مؤثر در راه اندازی کسب و کارها و استارت آپ های صنایع غذایی نه تنها به نفع مؤسسان این حوزه خواهد بود، بلکه می تواند به

۲. مبانی نظری

۱.۲. راه‌اندازی و ماندگارسازی کسب‌وکار

سه دلیل مهم توجه به موضوع راه‌اندازی و ماندگارسازی کسب‌وکار یا همان کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و ایجاد اشتغال مولد است. راه‌اندازی و ماندگارسازی کسب‌وکار، عبارت است از فرآیندی که افراد با قدرت خلاقیت و کارآفرینی خود، فرصت‌های تجاری را از طریق راه‌اندازی شرکت‌های مختلف خلق می‌کنند که علاوه بر ایجاد اشتغال، می‌توانند خدمات و محصولات متنوعی را به جامعه هدف خود (مشتریان) ارائه دهند (Kulkov, 2023). یکی از اهداف مهم راه‌اندازی کسب‌وکارها، ایجاد اشتغال و فراهم نمودن فرصت‌های شغلی برای جامعه است. با استفاده از منابع انسانی، کسب‌وکارها امکان استفاده از نیروی کار را خواهند داشت و به کاهش بیکاری و بهبود شرایط اقتصادی جامعه کمک می‌کنند (Thornton, 2024). راه‌اندازی کسب‌وکارهای خالق اشتغال می‌تواند به توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه کمک کرده و فرصت‌های اشتغال و رفاه اجتماعی را افزایش دهد. کسب‌وکارهای خالق اشتغال می‌توانند به تولید محصولات و خدمات نوآورانه و با کیفیت بالا کمک کنند و باعث افزایش رقابت‌پذیری و بهبود عملکرد اقتصادی شوند (۱). همچنین می‌تواند انگیزه و اعتماد به نفس افراد را افزایش دهد و آن‌ها را به فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینی ترغیب کند. بدون کسب‌وکارهای اشتغال‌زا، توسعه اقتصادی کشورها ممکن است محدود شود. ایجاد فرصت‌های شغلی و کسب‌وکارهای پایدار می‌تواند به رشد اقتصادی و توسعه پایدار کمک کند (Sartono, 2023). بنابراین شناخت دقیق عوامل تأثیرگذار در راه‌اندازی کسب‌وکارهای خالق اشتغال و حرکت در مسیر درست به گونه‌ای

که تعیین موارد پراهمیت‌تر زودتر و سریع‌تر مورد توجه قرار گیرد به یکی از دغدغه‌های جدی کارآفرینان و مدیرانی تبدیل شده است که می‌خواهند کاری جدید و ماندگار شروع کنند و این نیاز در کسب‌وکارهای خالق اشتغال امروزی که هر لحظه در تلاطم تغییرات می‌باشند، بیشتر به چشم می‌خورد. ماندگاری کسب‌وکارهای اشتغال‌زا یکی از مهم‌ترین عوامل برای توسعه پایدار و موفقیت بلندمدت کسب‌وکارها است (شیرمحمدی و همکاران، ۱۳۹۹). کسب‌وکارهای ماندگار ارزش بیشتری برای سرمایه‌گذاران ایجاد می‌کنند. سرمایه‌گذاران تمایل دارند که در کسب‌وکارهایی که قابلیت بقا دارند، سرمایه‌گذاری کنند و به دنبال بازدهی بلندمدت هستند و به مرور زمان اعتبار و اعتماد را در بازار کسب می‌کنند. این امر می‌تواند به افزایش مشتریان، پرسنل متعهد و همکاران و همچنین روابط مثبت با تأمین‌کنندگان منجر شود (Lee & Kim, 2019). کسب‌وکارهای ماندگار به ایجاد و حفظ اشتغال و ایجاد انگیزه در جوامع محلی کمک می‌کنند. این کسب‌وکارها می‌توانند به توسعه اقتصادی و اجتماعی کمک کرده و نقش مهمی در توسعه پایدار ایفا کنند. آن‌ها می‌توانند به محافظت از سرمایه‌ها و منابع افراد و جوامع کمک کنند. این کسب‌وکارها به دنبال بهره‌وری بیشتر از منابع هستند و از تغییرات بازار و فناوری‌ها بهتر پاسخ می‌دهند (Franceschelli et al, 2018). عدم ماندگاری کسب‌وکارهای خالق اشتغال می‌تواند منجر به افزایش بیکاری و کاهش فرصت‌های شغلی شود. این وضعیت می‌تواند باعث افزایش نابرابری اقتصادی و اجتماعی شود و باعث ایجاد نگرانی‌های اقتصادی برای افراد و خانواده‌ها شود. این ممکن است منجر به کاهش توسعه اقتصادی و رشد اقتصادی شود همین‌طور به کاهش توانایی جذب

مؤسسين و بنیان‌گذاران کسب‌وکارها که به شکل-گیری کسب‌وکارهای جدید می‌پردازند، از زمان، پول خود و ابزارهای دیگر بهره می‌برند. ایجاد کسب-وکارهای جدید، تنها یک پدیده که خود به خود به دلیل تغییرات تکنولوژیکی، صنعتی و دیگر تغییرات موجود در محیط رخ می‌دهد، نیست. بلکه یک تلاش انسانی است که به دخالت شدید وی نیازمند است (Meyer & Hamilton, 2020). علاوه بر این، ایجاد کسب‌وکار جدید به‌عنوان یک رویداد منفرد یا گسسته در نظر گرفته نمی‌شود، بلکه فرآیندی به حساب می‌آید که دربرگیرنده مجموعه فعالیت‌هایی است که باید در توالی‌های مختلف انجام شود (زیودار و ایمانی پور، 1395). توانایی تفکر خلاق و ارائه راه‌حل‌های نوآورانه برای مشکلات موجود در بازار، از ویژگی‌های کلیدی بنیان‌گذاران موفق است. این ویژگی به آن‌ها امکان می‌دهد تا محصولات و خدمات جدیدی را توسعه دهند که نیازهای مشتریان را برآورده کند. بنیان‌گذاران باید به توانایی‌های خود ایمان داشته باشند و قادر به اتخاذ تصمیمات مهم در شرایط عدم قطعیت باشند. این ویژگی به آن‌ها کمک می‌کند تا در مواجهه با چالش‌ها و موانع، پایداری و استقامت نشان دهند (حاجی پور و همکاران، 1402). ویژگی‌های بنیان‌گذاران کسب‌وکارها به‌عنوان عوامل کلیدی در موفقیت یا شکست کسب‌وکارهای جدید شناخته می‌شود و می‌تواند تأثیرات عمیقی بر فرآیند راه‌اندازی، رشد و توسعه کسب‌وکار داشته باشد. این ویژگی‌ها نه تنها بر توانایی فرد در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها تأثیر می‌گذارد، بلکه می‌تواند به شکل‌گیری استراتژی‌های کسب‌وکار و فرهنگ سازمانی نیز کمک کند (Li et al., 2020). نیروی انسانی مهم‌ترین عامل اثرگذار هر کسب‌وکار به-شمار می‌رود و از آنجاکه کارکنان به‌عنوان مزیت

سرمایه‌گذاری و ایجاد ارزش اقتصادی منجر شود (Van Meerkkerk, 2018). راه‌اندازی کسب‌وکارهای خالق اشتغال به‌عنوان یک روش برای ایجاد فرصت‌های شغلی و توسعه اقتصادی می‌تواند فواید زیادی برای جامعه داشته باشد (Lanzolla & Markides, 2021). کسب‌وکارهای خالق اشتغال به-عنوان منابع اصلی خلق و ایجاد مشاغل جدید و کارآفرینی محسوب می‌شوند. این کسب‌وکارها می‌توانند به افراد کمتر آموزش‌دیده یا با تجربه کم کمک کنند تا به‌صورت مستقل فعالیت‌های اقتصادی خود را آغاز کنند (Mshenga, 2020). ایجاد کسب‌وکارهای خالق اشتغال می‌تواند منجر به افزایش درآمد و رفاه اجتماعی افراد و خانواده‌ها شود و به توسعه اقتصادی کمک کند، همین‌طور به توسعه فناوری و نوآوری در جامعه کمک کنند و باعث ایجاد تحولات مثبت در صنایع مختلف شوند (Sartono, 2023). راه‌اندازی و ماندگارسازی کسب-وکارها و کارآفرینی به‌عنوان سنبل و نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری بوده و کارآفرینان پیشگامان موفقیت‌های تجاری در جامعه و ایجاد اشتغال مولد هستند. توانایی آن‌ها در بهره‌گیری از فرصت‌ها، نیروی آن‌ها در نوآوری و ظرفیت آن‌ها در قبال موفقیت، به‌عنوان معیارهایی هستند که کارآفرینی نوین به‌وسیله آن‌ها سنجیده می‌شود. در مجموع اینکه بهترین تعریفی که می‌توان از کارآفرینی و راه-اندازی کسب‌وکارها ارائه کرد این است که کارآفرینی عبارت است از: فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی که البته با انگیزه کسب سود مالی، توفیق‌طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت می‌پذیرد (آقاجانی و همکاران، 1395).

2.2. عوامل فکری و انسانی

رقابتی شناخته می‌شوند، کسب‌وکارهای نوپا می‌توانند از این ابزار برای بهبود استفاده کنند (رحیمی و همکاران، ۱۴۰۰). همچنین، ایجاد کسب‌وکار جدید به‌عنوان یک فرآیند پویا تلقی می‌شود که در آن فعالیت‌های راه‌اندازی در زمان‌های متفاوت و در سفارشات گوناگون توسط هریک از بنیان‌گذاران شرکت بر عهده گرفته می‌شود. وقتی شرکت‌های نوپا موفق می‌گردند، غالباً اعتبار قابل توجهی به نبوغ فردی بنیان‌گذار اصلی نسبت داده می‌شود (طالبی و همکاران، ۱۳۹۸).

3.2. عوامل محیطی

نقش و اثرات محیط بر کارآفرینی یکی از موضوعات کلیدی در مطالعات اقتصادی و مدیریتی است که به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم بر کارآفرینان و کسب‌وکارهای آن‌ها تأثیر می‌گذارد. در یک محیط پویا وضعیت اقتصادی و شرایط بازار می‌تواند تأثیر زیادی بر تصمیمات کارآفرینان داشته باشد (Isaga, 2019). در دوره‌های رونق اقتصادی، کارآفرینان ممکن است با فرصت‌های بیشتری برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید مواجه شوند، درحالی‌که در دوره‌های رکود اقتصادی، عدم قطعیت و ریسک‌های بالاتر می‌تواند مانع از شروع کسب‌وکارهای جدید شود. وجود منابع مالی و سرمایه‌گذاری‌های مناسب در محیط اقتصادی نیز می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا ایده‌های خود را به واقعیت تبدیل کنند. در مقابل، کمبود منابع مالی می‌تواند مانع از رشد و توسعه کسب‌وکارها شود (کاریزنوئی و همکاران، ۱۳۹۶). بسیاری از پژوهشگران معتقدند فرهنگ جامعه و نگرش عمومی نسبت به کارآفرینی می‌تواند تأثیر زیادی بر تمایل افراد به راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید داشته باشد. جوامعی که کارآفرینی را تشویق

می‌کنند و موفقیت‌های کارآفرینان را جشن می‌گیرند، معمولاً نرخ بالاتری از کارآفرینی را تجربه می‌کنند (رحیم پور و همکاران، ۱۳۹۹). در پژوهشی نتایج تأثیر مؤلفه‌های هشت‌گانه مدیریت منابع انسانی بر مدیریت استعداد مورد تأیید قرار گرفته است و در این میان مؤلفه عامل قابلیت انگیزش-پرورش دارای بیشترین تأثیر و عامل توانایی تعاملی-اطلاعاتی دارای کم‌ترین تأثیر بود. انتظار می‌رود مؤلفه‌های شناسایی‌شده و مدل استنتاجی ارائه‌شده نقشه راهی برای دستیابی به برتری رقابتی در حوزه منابع انسانی گردشگری باشد (شاهی و همکاران، ۱۴۰۰). پیشرفت‌های تکنولوژیکی و دسترسی به فناوری‌های نوین می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا محصولات و خدمات جدیدی را توسعه دهند و فرآیندهای کسب‌وکار خود را بهبود بخشند. در عوض، عدم دسترسی به فناوری‌های جدید می‌تواند مانع از رقابت‌پذیری کسب‌وکارها شود. محیطی که نوآوری را تشویق می‌کند، می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا ایده‌های جدید را توسعه دهند و به بازار عرضه کنند. این محیط می‌تواند شامل مراکز پژوهش و توسعه، دانشگاه‌ها و نهادهای حمایتی باشد (پرتوی نژاد فومنی و همکاران، ۱۴۰۳). در برخی از مطالعات عنوان شده است که محیط قانونی و مقررات مربوط به کسب‌وکار می‌تواند تأثیر زیادی بر کارآفرینی داشته باشد. قوانین حمایتی از کارآفرینی، مانند تسهیلات مالیاتی و حمایت‌های دولتی، می‌توانند به کارآفرینان کمک کنند تا کسب‌وکارهای خود را راه‌اندازی و توسعه دهند. در مقابل، قوانین سخت‌گیرانه و موانع قانونی می‌توانند مانع از رشد کارآفرینی شوند (Sartono, 2023).

4.2. عوامل ساختاری

بنیان‌گذاران کسب‌وکارها باید نسبت به عوامل ساختاری مانند اهداف، سیاست‌ها، روش‌ها و سیستم‌های مرتبط با کسب‌وکارها شناخت و آگاهی داشته باشند. کسب‌وکارهای نوپای موفق دارای استراتژی‌های مشخص و قابل اجرا هستند که به آن‌ها کمک می‌کند تا به اهداف خود دست یابند و در بازار رقابتی باقی بمانند. استارت‌آپ‌ها نیز با ایده‌ای نوآورانه و منحصر به فرد نیازهای بازار را برآورده می‌کند (Tur-Porcar et al., 2018). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که استارت‌آپ‌هایی که براساس نیازهای واقعی مشتریان شکل می‌گیرند، شانس بیشتری برای موفقیت دارند. وجود یک تیم متنوع با مهارت‌ها و تجربیات مختلف می‌تواند به استارت‌آپ کمک کند تا به چالش‌ها پاسخ دهد و به سرعت به تغییرات بازار واکنش نشان دهد (Staniewski et al., 2016). تیم‌های با تجربه و متعهد، شانس موفقیت بیشتری دارند. کسب‌وکارهای موفق به‌طور مداوم به دنبال ایده‌های جدید و بهبود محصولات و خدمات خود هستند. آن‌ها توانایی شناسایی و پاسخ به نیازهای در حال تغییر مشتریان را دارند. این کسب‌وکارها به نیازها و خواسته‌های مشتریان توجه ویژه‌ای دارند و تلاش می‌کنند تا تجربه‌ای مثبت و ارزشمند برای آن‌ها فراهم کنند (شکور و همکاران، 1400). کسب‌وکارهای موفق به ایجاد و حفظ روابط قوی با مشتریان، تأمین‌کنندگان و دیگر ذی‌نفعان اهمیت می‌دهند. این ارتباطات به آن‌ها کمک می‌کند تا فرصت‌های جدید را شناسایی کنند. موفقیت استارت‌آپ‌ها در مراحل اولیه به ترکیبی از ایده‌های نوآورانه، تیم‌های مؤثر، مدل‌های کسب‌وکار پایدار، دسترسی به منابع مالی، استراتژی‌های بازاریابی و محیط حمایتی بستگی دارد (Tervo, 2014). این کسب‌وکارها قادر به سازگاری با تغییرات بازار و

شرایط اقتصادی هستند. آن‌ها می‌توانند به سرعت به چالش‌ها و فرصت‌های جدید پاسخ دهند. کسب‌وکارهای موفق دارای فرهنگی هستند که همکاری، خلاقیت و یادگیری را تشویق می‌کند. این فرهنگ به جذب و نگهداشت استعدادها کمک می‌کند. این کسب‌وکارها توانایی مدیریت منابع مالی خود را دارند و به دقت هزینه‌ها و درآمدها را کنترل می‌کنند تا از بحران‌های مالی جلوگیری کنند (Hefer et al., 2015).

پیشینه پژوهش

دهقانی اشکذری (1399) به ارائه چارچوب ایجاد کسب‌وکارهای جدید با رویکرد اکوسیستم کارآفرینانه پرداخته است. در این پژوهش 54 مفهوم جمع‌آوری شده، در 9 زیرمقوله و دو مقوله اصلی عوامل محیطی- خصوصی شامل عوامل خانوادگی، هم‌جواران و نهادهای آموزشی و عوامل محیطی- عمومی شامل عوامل صنعت و بازار، عوامل اقتصادی، عوامل فضایی، عوامل فرهنگی، عوامل اجتماعی و عوامل حمایتی طبقه‌بندی گردید. رحیم پور و همکاران (1399) به ارائه مدل منظومه‌ای ایجاد کسب‌وکارهای نوپا و نوآور پرداختند. نتایج نشان داده که مدل منظومه‌ای ایجاد کسب‌وکارهای نوپا و نوآور شامل ده عنصر کلیدی تیم کسب‌وکارهای نوپا و نوآور، سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری، منابع مالی، بازار و رقبا، ایده‌ها، متغیرهای کلان، بسترهای مشهود و نامشهود، استقرار شرکت‌های بزرگ، فرهنگ کارآفرینانه و مدیریت استعدادها می‌شود. طالبی و همکاران (1398) به بررسی سازمان‌دهی کسب‌وکار جدید: چه فعالیت‌های پیش‌سازمان را ایجاد می‌کنند؟ پرداختند. یافته‌های پژوهش آنان نشان داد ایجاد تیم، تأمین پول هوشمند، راه‌اندازی

فروش، تخصصی‌سازی، یادگیری تأملی، شناسایی نیازهای بازار، تنظیم ارزش پیشنهادی، ایجاد هویت مشترک، تسهیم منافع احتمالی و توسعه ساختار سازمانی؛ فعالیت‌هایی است که انتظار می‌رود کارآفرینان برای سازمان‌دهی کسب‌وکار جدید انجام دهند. **توکسیرونا^۱** (2024) مراحل شروع یک کسب‌وکار را مورد بررسی قرار داد. وی دریافت وجود توانایی کارآفرینی برای وقوع کارآفرینی کافی نیست. برای این کار باید سرمایه کافی پیدا کرد. مشاغل در صنایع مختلف ظرفیت سرمایه متفاوتی دارند؛ یعنی میزان سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی آن، اگر یک جا، بزرگ باشد، در جای دیگر کوچک است. اما صرف‌نظر از این موضوع، جمع‌آوری حداقل سرمایه برای راه‌اندازی کسب‌وکار ضروری است. **باریت^۲** (2023) به بررسی توانایی‌ها و نگرش‌های کارآفرینان دانشجویان بازرگانی به‌عنوان عوامل تعیین‌کننده علاقه آن‌ها به راه‌اندازی کسب‌وکار پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد که هم توانایی کارآفرینی و هم نگرش نسبت به کارآفرینی به‌طور قابل توجهی بر علاقه دانشجویان به راه‌اندازی یک کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد. به‌طور خاص، مهارت‌های شناختی و خودکارآمدی، جهت‌گیری اجتماعی و انگیزش به‌عنوان مهارت‌های غیرشناختی، تأثیرگذارهای مهمی برای شروع یک کسب‌وکار هستند. **ایساگا^۳** (2019) به بررسی انگیزه‌های راه‌اندازی و چالش‌های پیش‌روی کارآفرینان زن در تانزانیا پرداخت. وی دریافت دلیل اصلی راه‌اندازی یک کسب‌وکار، ایجاد اشتغال برای خود زن بوده است. انگیزه‌های دیگر شامل افزایش درآمد و توانمند ساختن زنان برای انجام کارهایی است که می‌خواهند انجام دهند. جدی‌ترین مشکلاتی که کارآفرینان زن با آن مواجه هستند،

عدم دسترسی به منابع مالی، مشکلات مربوط به جنسیت و تعهدات اجتماعی و فرهنگی است. **پرتوی نژاد فومنی و همکاران** (1403) به ارائه الگوی فضایی راهکارهای کارآفرینی مناطق روستایی غرب استان گیلان پرداختند. نتیجه پژوهش آنان نشان داد محیط مناسب روستا و حضور گردشگر در ایجاد کسب‌وکار جدید تأثیر متوسط، زیاد و بسیار زیادی دارد و الگویابی فضایی کارآفرینی در روستاهای شهرستان فومن دارای محیط فرهنگی-آموزشی، مالی و اجتماعی است. **فرهادی و همکاران** (1402) به بررسی چارچوب مفهومی پیشرفت فرآیند ایجاد کسب‌وکار جدید مبتنی بر ویژگی‌های تیم مؤسس پرداختند. آن‌ها دریافتند عنصر فرهنگ باید در الگوهای کارآفرینی حضور فعال داشته باشد؛ چراکه نگرش کارآفرینان تحت تأثیر روش‌ها و ارزش‌های فرهنگ بومی است. همچنین فرهنگ، گذشته از نگرش، بر ادراک و رفتار نیز اثرگذار است. **الفرايه^۴** (2022) به بررسی شروع یک کسب‌وکار جدید دانشجویان دانشگاه نسبت به کارآفرینی دیجیتال در عربستان سعودی پرداخت. یافته‌های پژوهش وی نشان داد که نگرش، هنجار ذهنی، امکان‌پذیری درک‌شده، مطلوبیت درک‌شده، تمایل به اقدام، آموزش کارآفرینی دیجیتال و نوآوری شاخص‌هایی هستند که تأثیر قابل توجهی بر شروع کارآفرینی دارند.

در کل تاریخ و ازجمله امروزه، مسئله اشتغال برای جوانان، خانواده‌ها و درنهایت برای دولت‌ها به یکی از دغدغه‌های اصلی تبدیل شده است که به‌سادگی نحوه زندگی آن‌ها را تحت تأثیر قرار داده است. تصور حاکم در میان مردم این است که این موضوع از وظایف دولت است؛ ولی درواقع این‌طور به نظر

³ Isaga

⁴ Alferaih

¹ Toxirovna

² Barit

نکته ضروری است که انتخاب‌های اشتباه در هنگام راه‌اندازی یک کسب‌وکار خالق اشتغال می‌تواند نتایج بسیار مهلکی برای سازمان داشته باشد. انتخاب اشتباه عوامل مؤثر در راه‌اندازی کسب‌وکارهای خالق اشتغال، صرف‌نظر از اولویت آن‌ها، مهم‌ترین مانع برای ماندگاری آن‌ها بوده است. بنابراین تشخیص راه مناسب شروع کسب‌وکارهای خالق اشتغال به‌عنوان یک انتخاب حیاتی بسیار مهم می‌باشد. یکی از دلایلی که بسیاری از استارت‌آپ‌ها در همان سال‌های اولیه شروع به فعالیت خود شکست می‌خورند این است که در شناسایی این عوامل مؤثر اشتباه می‌کنند و به‌جای اینکه در موارد پراهمیت‌تر، توان و تمرکز خود را بگذارند صرف کارها و برنامه‌های بی‌تأثیر می‌شوند و داشتن یک نقشه راه از عوامل مؤثر، به این کسب‌وکارها کمک شایانی خواهد کرد. پژوهش حاضر با بهره‌گیری از قابلیت‌های رویکرد کیفی به دنبال شناسایی و معرفی عواملی است تا بتواند ابعاد راه‌اندازی و ماندگارسازی کسب‌وکارهای خالق اشتغال را آشکار ساخته و با ارائه استراتژی‌هایی در توسعه این مهم یاری کند. تاکنون پژوهش قابل توجهی به بررسی راه‌اندازی و ماندگارسازی کسب‌وکارهای خالق اشتغال نپرداخته و پژوهش حاضر می‌تواند زمینه‌ساز پژوهش‌های کاربردی بعدی باشد؛ لذا پژوهش حاضر به دنبال ارائه بستری به منظور شناسایی و تبیین عوامل مؤثر بر مدل و الگوی راه‌اندازی و ماندگارسازی کسب‌وکارهای خالق اشتغال در حوزه‌های مختلف است.

۳. روش‌شناسی

مستند به پیاز پژوهش ارائه‌شده توسط ساندرز و همکاران، فلسفه پژوهش حاضر از نوع تفسیرگرایانه

می‌رسد که اگرچه دولت‌ها موظف به توسعه زیرساخت‌ها و بسترسازی مناسب و باثبات در اقتصاد و دنیای کسب‌وکار هستند، وظیفه اصلی را باید به عهده بخش خصوصی دانست (Fauziah et al., 2022). اشتغال به معنای حضور در ساختار اجتماعی آن هم به دلیل بهره‌وری اقتصادی و هم به معنای دارا بودن سهم تأثیر در تکامل جامعه می‌باشد. کسب‌وکارهای کارآفرینانه و اشتغال‌زا به‌طورکلی کسب‌وکارهای جدیدی به منظور رشد در شرایط رقابتی، تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه می‌باشند که نیازمند داشتن ماهیت و عملکرد متفاوت و یکپارچگی و انسجام بیشتر در قالب یک کسب‌وکار یکپارچه هستند که از این‌رو کسب‌وکارهای کارآفرینانه و اشتغال‌زا نام می‌گیرند (آقاجانی و همکاران، ۱۳۹۵). راه‌اندازی و ماندگارسازی کسب‌وکارها یا کارآفرینی به معنی ارزش‌آفرینی، عبارت است از فرآیند نوآوری، شناسایی، خلق و استفاده از فرصت‌ها از طریق تبدیل ایده‌های نو و جدید به واقعیت‌های سودآور و تجاری در قالب کالاها و خدمات مورد نیاز جامعه و فرصت‌های کارآفرینانه و اشتغال‌زا، وضعیت‌هایی هستند که در آن‌ها کالاها، خدمات، مواد خام، بازارها و روش‌های سازمان‌دهی جدیدی از طریق شکل‌دهی ابزارها، اهداف یا روابط میان آن‌ها توسط کسب‌وکارهای راه‌اندازی شده به جامعه عرضه می‌شود. در حقیقت، فرصت‌ها بستر و زمینه‌ای هستند که فعالیت‌های کسب‌وکاری و کارآفرینانه در آن‌ها به وقوع می‌پیوندند (آقاجانی و همکاران، ۱۳۹۶). ذی‌نفعان با طیف گسترده‌ای از مدل‌ها و الگوهای کسب‌وکار روبه‌رو هستند و عوامل زیادی، انتخاب نهایی آن‌ها را با مشکل مواجه می‌کند. توجه به این

و عمل‌گرایی، رویکرد پژوهش از نوع توأمان قیاسی و استقرایی، از منظر استراتژی و روش پژوهش از نوع کاربردی، از منظر داده‌های پژوهشی، از نوع کیفی، از منظر بازه زمانی یک پژوهش طولی و از منظر روش گردآوری داده‌ها، کتابخانه‌ای و رجوع به استاد و مدارک است.

جامعه آماری تحقیق حاضر در بخش کیفی، شامل مقالات، پایان‌نامه‌ها، کتاب‌ها و سایر منابع از سال ۱۳۹۳ شمسی تا ۱۴۰۳ و ۲۰۱۴ میلادی تا ۲۰۲۴ هستند. در بخش کمی خبرگان صنایع غذایی هستند که با روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند.

داده‌های پژوهش حاضر شامل دو بخش کیفی و کمی هستند که متناسب با تکنیک‌های مورد استفاده در پژوهش حاضر از جامعه و نمونه آماری استخراج شدند.

برای اعتبارسنجی داده‌های پژوهش حاضر علاوه بر کاپای کوهن با ضریب ۰/۸۸ از سه معیار کمی ضریب هولستی، ضریب پی اسکات و آلفای کرپیندروف برای بررسی قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت تأیید و اطمینان‌پذیری استفاده شده است. با توجه به مقدار ضریب هولستی برابر ۰/۸۹ و ضریب پی اسکات برابر ۰/۷۹ و آلفای کرپیندروف برابر ۰/۹۰، مقدار این ضرایب بیشتر از ۰/۷ است که دلالت بر وجود پایایی کدهای استخراجی دارد.

در این تحقیق جهت جست‌وجوی نظام‌مند از مقالات منتشرشده در ژورنال‌های مختلف، به وسیله واژگان کلیدی داده‌ها از پنج پایگاه داده انگلیسی‌زبان و پنج پایگاه داده فارسی‌زبان جمع‌آوری شدند. سپس از پرسش‌نامه دلفی فازی جهت جمع‌آوری نظر خبرگان استفاده شد.

این پژوهش به‌صورت آمیخته و با استفاده از تکنیک فراترکیب و دلفی فازی انجام شده است. به منظور انجام فراترکیب از روش هفت مرحله‌ای **سندلوسکی و بارسوا (۲۰۰۷)** استفاده شده است. فراترکیب روشی کیفی مبتنی بر مرور سیستماتیک مطالعات کتابخانه‌ای برای شناختی ژرف پیرامون پدیده مورد مطالعه است. روش فراترکیب یک روش پژوهش کیفی محسوب می‌شود که ابزار گردآوری داده‌های آن مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی پیشینه پژوهش است. جهت تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار مکس کیودا استفاده شده است. مکس کیودا نرم‌افزاری 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. گام های انجام پژوهش

۴. یافته ها

۱.۴. یافته های کیفی

گام نخست انجام فراترکیب، تنظیم سؤال های پژوهشی است. برای تنظیم سؤال پژوهش، جدول زیر تنظیم شده است:

گام های انجام پژوهش در ادامه آمده است:

گام اول: تنظیم سؤال های پژوهش

جدول ۱. تنظیم سؤال پژوهش

سؤالات	پاسخ ها
چه چیزی؟	استنتاج ابعاد و مؤلفه های تبیین کننده مرحله راه اندازی و استارت آپی کسب و کارها
چه کسی؟ (جامعه مورد مطالعه)	مقالات و پایان نامه های موجود در پایگاه های علمی
چه زمانی؟	۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴ - ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۳
چگونگی؟	روش باروسو و ساندلوسکی

به مقالات مرتبط و مناسب برای فراترکیب مورد جست و جو قرار گرفته اند. برای شفاف سازی هرچه بیشتر روند طی شده در این مرحله، پایگاه های بررسی شده و معیارهای جست و جو در قالب جداول زیر آورده شده اند.

گام دوم: مرور ادبیات ابعاد و مؤلفه های تبیین کننده مرحله راه اندازی و استارت آپی کسب و کارها به شکل نظام مند کلیدواژه های مرتبط با ابعاد و مؤلفه های تبیین کننده اکوسیستم کسب و کارها، در چندین پایگاه علمی داخلی و خارجی به منظور دستیابی

جدول ۲. پایگاه‌های علمی مورد بررسی

جمع‌آوری مقالات از منابع داخلی و پایگاه‌های اطلاعاتی خارجی	
www.sid.ir	داخلی
www.Magiran.com	
www.Noormags.com	
www.ensani.ir	
www.civilica.com	
www.sciencedirect.com	منابع
www.emeraldinsight.com	
www.springer.com	خارجی
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 چاپ‌شده 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	مرحله راه‌اندازی و استارت‌آپی کسب‌وکار و کلیدواژه‌های مشابه	موضوعاتی غیر از مرحله راه‌اندازی و استارت‌آپی کسب‌وکار
موضوع	مرحله راه‌اندازی و استارت‌آپی کسب‌وکار و کلیدواژه‌های مشابه	موضوعاتی غیر از مرحله راه‌اندازی و استارت‌آپی کسب‌وکار
نوع مجله	اینده‌کس شده در پایگاه‌های علمی	سایر

براساس هماهنگی و همخوانی عنوان با پژوهش حاضر، بررسی چکیده به منظور بررسی روش‌های تحلیل و یافته‌ها، بررسی محتوای منابع به منظور همخوانی با پژوهش حاضر بررسی شدند و در نهایت 26 مقاله با روش‌های کیفی، کمی و آمیخته (کمی/کیفی) وارد فرآیند پژوهش شدند. نمودار زیر فرآیند جست‌وجو و انتخاب متون مناسب را براساس عنوان، چکیده و محتوای مقالات ارزیابی شده نشان می‌دهد.



شکل 2. مقالات منتخب بعد از غربال‌سازی اولیه

مشخص شدند. کدهای محوری نیز دسته‌بندی شده و مقوله‌ها شکل گرفت. براساس تحلیل‌های صورت‌گرفته و تحلیل محتوای مقالات، 26 مقاله نهایی انتخاب شدند و در مجموع 3 مقوله و 12 کد محوری و 64 کد باز برای ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های تبیین‌کننده مرحله راه‌اندازی و استارت‌آپی کسب‌وکارها کشف و برچسب‌گذاری شدند. یافته‌ها در این مرحله نشان داد در مطالعات گذشته تاکنون چنین مطالعه نظام‌مندی انجام نگرفته است.

با استفاده از مطالب ذکرشده، پژوهشگر در انتها موفق به یافتن 122 مقاله شد که این مقالات وارد گام سوم فراترکیب جهت تجزیه و تحلیل بیشتر و گزینش نهایی شدند.

گام سوم: جست‌وجو و انتخاب مقاله‌های مناسب در بین 122 منبع که براساس واژگان کلیدی در سایت‌های ذکرشده فوق استخراج شد به لحاظ تعیین دقت، اعتبار و اهمیت و نیز به منظور ارزیابی و گزینش دقیق‌تر پژوهش‌های مورد بررسی، منابع

گام چهارم: استخراج اطلاعات متون

اطلاعات مقاله‌ها براساس مرجع مربوط به هر مقاله شامل نام و نام خانوادگی نویسنده، به همراه سال انتشار مقاله و اجزای هماهنگی بیان‌شده در هر مقاله طبقه‌بندی شد. در این قسمت 370 مفهوم استخراج شد.

گام پنجم: تجزیه و تحلیل و تلفیق یافته‌ها

در این مرحله برای تمامی متغیرهای استخراج‌شده کدهای باز در نظر گرفته شد؛ سپس براساس قرابت معنایی و شباهت کدهای باز در دسته‌بندی شده و برای آن‌ها کدهای محوری مربوط

جدول ۴. تجزیه و تحلیل و تلفیق یافته‌ها

مقوله	کد محوری	کد باز	فراوانی
عوامل فکری و انسانی	عوامل روان‌شناختی	خلاقیات و نوآوری (صفری و همکاران، ۱۴۰۲؛ Sartono, 2023)	2
		ریسک‌پذیری (شکور و شجاعی فرد، ۱۴۰۱؛ زیودار و ایمانی پور، ۱۳۹۵؛ Edelman et al., 2016؛ Meyer & Hamilton, 2020)	4
		پذیرش فقدان اطمینان (شکور و شجاعی فرد، ۱۴۰۱؛ Meyer & Hamilton, 2020)	2
		داشتن روحیه کار تیمی (صفری و همکاران، ۱۴۰۲؛ فرهادی و همکاران، Sartono, 2023؛ ۱۴۰۲)	3
		پذیرش پیشنهاد و سلايق مختلف (شکور و همکاران، ۱۴۰۰؛ Li et al., 2020)	2
	عوامل جمعیت‌شناختی	سن (فرهادی و همکاران، ۱۴۰۲؛ رحیم پور و همکاران، ۱۳۹۹؛ کاریزنوئی و همکاران، ۱۳۹۶)	3
		جنسیت (فرهادی و همکاران، ۱۴۰۲؛ رحیم پور و همکاران، ۱۳۹۹؛ کاریزنوئی و همکاران، ۱۳۹۶)	3
		تحصیلات (رحیم پور و همکاران، ۱۳۹۹؛ کاریزنوئی و همکاران، ۱۳۹۶)	2
		الگوی نقش (دهقانی اشکذری، ۱۳۹۹؛ Toxirovna, 2024)	2
		تخصص (رحیم پور و همکاران، ۱۳۹۹؛ کاریزنوئی و همکاران، ۱۳۹۶)	2
		جایگاه اجتماعی (شکور و همکاران، ۱۴۰۰؛ زیودار و ایمانی پور، ۱۳۹۵؛ Li et al., 2020؛ Hefer et al., 2015)	4
		تجربه پیشین راه‌اندازی مؤسس (شکور و همکاران، ۱۴۰۰؛ رحیم پور و همکاران، ۱۳۹۹؛ کاریزنوئی و همکاران، ۱۳۹۶؛ Staniewski et al., 2016)	4
	مهارت‌های اکتسابی مؤسس	مهارت حسابداری (شکور و شجاعی فرد، ۱۴۰۱؛ Barit, 2023)	2
		مهارت حقوقی (شکور و شجاعی فرد، ۱۴۰۱؛ Barit, 2023)	2
		مهارت تفکر انتقادی (شکور و همکاران، ۱۴۰۰؛ Li et al., 2020)	2
		مهارت‌های ارتباطی (Tur-Porcar et al., 2018؛ Barit, 2023؛ شکور و شجاعی فرد، ۱۴۰۱؛ صفری و همکاران، ۱۴۰۲)	4
		مهارت استفاده از فناوری‌های جدید (Sartono, 2023؛ فرهادی و همکاران، ۱۴۰۲)	2

عوامل ساختاری	ایجاد تیم	1	شناخت کارآفرینان نسبت به مشاغل دیگر (حسینی کهنوج و همکاران، 1400)
		2	مهارت تفکر خلاق (شکور و همکاران، 1400؛ Li et al., 2020)
		2	اکتشاف تیمی (فرهادی و همکاران، 1402؛ رحیم پور و همکاران، 1399)
	تأمین مالی کسب و کار	2	جمع گرایی تیمی (فرهادی و همکاران، 1402؛ رحیم پور و همکاران، 1399)
		2	چندزمانه بودن تیم (فرهادی و همکاران، 1402؛ رحیم پور و همکاران، 1399)
		3	وجود تیم‌های ناهمگن (فرهادی و همکاران، 1402؛ رحیم پور و همکاران، 1399، طالبی و همکاران، 1398)
	فرآیند ایده‌پردازی در کسب و کار	2	خود گزارشی عملکرد تیم (فرهادی و همکاران، 1402؛ رحیم پور و همکاران، 1399)
		3	تأمین مالی از طرف سرمایه‌گذاران (فرهادی و همکاران، 1402؛ رحیم پور و همکاران، 1399، طالبی و همکاران، 1398)
		2	تأمین مالی توسط خود مؤسس و اطرافیان (رحیم پور و همکاران، 1399، طالبی و همکاران، 1398)
		3	تأمین مالی توسط سازمان‌ها دولتی و بانک‌ها (حاجی پور و همکاران، 1402؛ Toxirovna, 2024؛ Barit, 2023)
عوامل ساختاری	مشتريان	2	خلق ایده (Kiboro, 2018؛ Tervo, 2014)
		2	کسب ایده (Kiboro, 2018؛ Tervo, 2014)
		2	الگوبرداری و به اشتراک‌گذاری ایده (Kiboro, 2018؛ Tervo, 2014)
		2	تجاری‌سازی ایده (Kiboro, 2018؛ Tervo, 2014)
		1	اطلاع و به‌روزرسانی ایده (Kiboro, 2018)
	دسترسی به بازار صنعت و بازر	3	تعداد مشتریان (شکور و همکاران، 1400؛ رحیم پور و همکاران، 1399؛ Staniewski et al., 2016)
		3	شناسایی مشتریان مرجع و کلیدی (شکور و همکاران، 1400؛ رحیم پور و همکاران، 1399؛ Staniewski et al., 2016)
	دسترسی به بازار صنعت و بازر	6	دسترسی به بازارهای داخلی و منطقه‌ای (شکور و همکاران، 1400؛ رحیم پور و همکاران، 1399؛ دهقانی اشکذری، 1399؛ کاریزنوئی و همکاران، 1396؛ Staniewski et al., 2016)

عوامل محیطی	نقش دولت در تسهیل راه اندازی کسب و کار	6	دسترسی به بازارهای بین‌المللی (شکور و همکاران، 1400؛ رحیم پور و همکاران، 1399؛ دهقانی اشکذری، 1399؛ کاریزنوئی و همکاران، 1396؛ Staniewski et al., 2016)
		1	دسترسی به مواد اولیه و تأمین‌کنندگان (دهقانی اشکذری، 1399)
		5	بازار نیروی کار مهاجر (صفری و همکاران، 1402؛ زیودار و ایمانی پور، 1395؛ Sartono, 2023؛ Alferaih, 2022؛ Edelman et al., 2016)
		6	حضور شرکت‌های تأمین خدمات (حاجی پور و همکاران، 1402؛ دهقانی اشکذری، 1399؛ زیودار و ایمانی پور، 1395؛ Isaga, Toxirovna, 2024؛ Hefer et al., 2015؛ 2019)
		2	دسترسی به برون‌سپاری (Edelman et al., 2016؛ زیودار و ایمانی پور، 1395)
		1	بازار نیروی کار ماهر و متخصص (دهقانی اشکذری، 1399)
عوامل محیطی	نقش دولت در تسهیل راه اندازی کسب و کار	2	تسهیل‌گری دولت در تأمین زیرساخت‌ها و صدور مجوز (حاجی پور و همکاران، 1402؛ Toxirovna, 2024)
		10	بهبود قانون‌گذاری و حذف قوانین دست‌وپاگیر (حاجی پور و همکاران، 1402؛ شکور و شجاعی فرد، 1401؛ شکور و همکاران، 1400؛ رحیم پور و همکاران، 1399؛ طالبی و همکاران، 1398؛ Toxirovna, 2024؛ Barit, Staniewski et al., Meyer & Hamilton, 2020؛ Sachdev, 2023؛ 2023؛ 2016)
		2	تسهیل‌گری در ترویج استانداردها و رقابت در بازار (حاجی پور و همکاران، 1402؛ Toxirovna, 2024)
		4	تسهیل دسترسی کارآفرینان به منابع تأمین مالی (حاجی پور و همکاران، 1402؛ شکور و شجاعی فرد، 1401؛ طالبی و همکاران، 1398؛ Barit, 2023)
		4	ایجاد شبکه اطلاعاتی مورد نیاز کسب و کار (حاجی پور و همکاران، 1402؛ صفری و همکاران، 1401؛ Toxirovna, 2024؛ Sartono, 2023)
		4	حمایت از خویش‌فرمایان (حاجی پور و همکاران، 1402؛ شکور و شجاعی فرد، 1401؛ Toxirovna, 2024؛ Meyer & Hamilton, 2020)
	مراکز آموزشی و سازمان‌های حامی کسب و کار	2	پارک علم و فناوری (زیودار و ایمانی پور، 1395؛ Isaga, 2019)
		2	مراکز دانشگاهی طراز اول (صفری و همکاران، 1402؛ Alferaih, 2022)
		2	مراکز آموزشی بین‌المللی (صفری و همکاران، 1402؛ Alferaih, 2022)

2	مراکز آموزشی حرفه‌ای و مشاوره تخصصی (صفری و همکاران، 1402؛ (Alferaih, 2022		محیط فرهنگی
4	مراکز رشد و شتاب‌دهنده (شکور و شجاعی فرد، 1401؛ زیودار و ایمانی پور، 1395؛ Barit, 2023؛ Isaga, 2019)		
2	کارخانه نوآوری (زیودار و ایمانی پور، 1395؛ Isaga, 2019)		
3	شرکت‌های سرمایه‌گذار در ایده‌های کاملاً نو (شکور و شجاعی فرد (1401؛ رحیم پور و همکاران، 1399؛ Li et al., 2020)		
2	فرهنگ معنوی و روحیه مذهبی افراد جامعه (پرتوی نژاد فومنی و همکاران، 1403؛ دهقانی اشکذری، 1399)		
6	وجود فرهنگ کارآفرینانه و خوداشتغالی در جامعه (پرتوی نژاد فومنی و همکاران، 1403؛ شکور و شجاعی فرد، 1401؛ حسینی کهنوج و همکاران، 1400؛ دهقانی اشکذری، 1399؛ Meyer & Hamilton, 2020؛ Edelman (et al., 2016		
4	رویدادهای فرهنگی، تاریخی و برجسته جامعه (پرتوی نژاد فومنی و همکاران، 1403؛ شکور و همکاران، 1400؛ دهقانی اشکذری، 1399؛ Li (Tervo, 2014؛ et al., 2020		
4	فعالیت‌های رسانه‌ای در حمایت از استارت‌آپ‌ها در جامعه (صفری و همکاران، 1402؛ شکور و شجاعی فرد، 1401؛ Sartono, 2023؛ Meyer & (Hamilton, 2020		
4	دسترسی به آموزش تخصصی، آکادمیک و منتورینگ کارآفرینان (دهقانی اشکذری، 1399؛ زیودار و ایمانی پور، 1395؛ Edelman et al., (Toxirovna, 2024؛ 2016		
4	انتشار کتب موفقیت بنیان‌گذاران کسب‌وکارهای نوپا (شکور و شجاعی فرد، 1401؛ زیودار و ایمانی پور، 1395؛ 1395؛ Edelman et al., 2016؛ Meyer & (Hamilton, 2020		
7	ضریب نفوذ اینترنت، موبایل و تلفن ثابت (پرتوی نژاد فومنی و همکاران، 1403؛ شکور و شجاعی فرد، 1401؛ حسینی کهنوج و همکاران، 1400؛ زیودار و ایمانی پور، 1395؛ Isaga, 2019؛ Hefer et al., 2015؛ (Tervo, 2014		وجود زیرساخت‌های لازم در محیط
7	زیرساخت‌های جاده‌ای، هوایی، ریلی و دریایی (پرتوی نژاد فومنی و همکاران، 1403؛ شکور و شجاعی فرد، 1401؛ حسینی کهنوج و همکاران،		

	1400؛ زیودار و ایمانی پور، 1395؛ Isaga, 2019؛ Hefer et al., 2015؛ (Tervo, 2014)		
5	سهولت دسترسی به منابع و مواد اولیه (پرتوی نژاد فومنی و همکاران، 1403؛ زیودار و ایمانی پور، 1395؛ Isaga, 2019؛ Hefer et al., 2015؛ (Tervo, 2014)		
4	دسترسی به انرژی برق، آب و انرژی‌های پاک (زیودار و ایمانی پور، 1395؛ Tur-Porcar et al., 2018؛ Hefer et al., 2015؛ Barit, 2023)		

گام ششم: کنترل کیفیت کدهای استخراجی

روایی این بخش از پژوهش، از طریق روایی محتوا حاصل شده که این امر از دو جنبه صورت گرفته است. جنبه اول، استفاده از اجزاء و عوامل مدل‌های ارائه‌شده پیشین است که خود به روایی مدل منجر می‌گردد و جنبه دوم، تشکیل جلسه گروه کانونی و ارائه مدل در این جلسه‌ها، با 7 نفر خبره است که عدم تغییر مدل، نشان‌دهنده روایی مدل طراحی شده است. از آنجایی که در مراحل طراحی مدل، معیارهای مدل‌های پیشین به‌عنوان 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 سنجش پایایی مدل طراحی شده از شاخص کاپا استفاده شده است. روش کاپا به بررسی اندازه توافق و هماهنگی دو فرد، پدیده و یا منبع تصمیم‌گیری که به صورت جداگانه مورد اندازه‌گیری قرار گرفته‌اند، می‌پردازد. شاخص کاپا بین صفر تا یک نوسان دارد و هرچه مقدار سنج به عدد به یک نزدیک‌تر باشد، نشان می‌دهد توافق بین رتبه‌دهندگان وجود دارد (زیمرا، 2006). با توجه به کوچک‌تر بودن عدد معناداری از 0/05 در جدول شماره 7 فرض استقلال کدهای استخراجی رد می‌شود. همچنین، استخراج کدها پایایی مناسبی داشته است.

جدول 5. مقادیر اندازه توافق

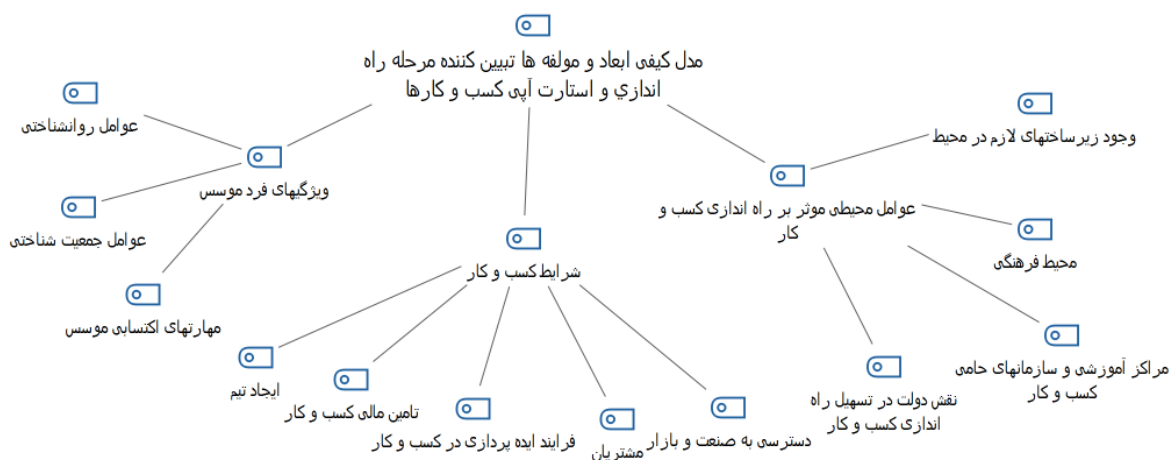
مقدار	انحراف استاندارد	معناداری
0/881	0/063	0/002
0/890	0/054	0/000
0/793	0/078	0/000
0/900	0/026	0/000
تعداد موارد معتبر	64	

گام هفتم: ارائه یافته‌ها

¹ Zimmer

آموزشی و سازمان‌های حامی کسب‌وکار، محیط فرهنگی، وجود زیرساخت‌های لازم در محیط و 64 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 کیودا 2020 منتقل و مدل کیفی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های تبیین‌کننده مرحله راه-اندازی و استارت‌آپی کسب‌وکارها مشتمل بر مقوله و کدهای محوری به دست آمده که در شکل شماره 2 قابل مشاهده است.

براساس مطالعات پیشین و کدهای استخراج‌شده، ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های تبیین‌کننده مرحله راه-اندازی و استارت‌آپی کسب‌وکارها در 3 مقوله و ویژگی-های فرد مؤسس با عوامل روان‌شناختی، عوامل جمعیت‌شناختی، مهارت‌های اکتسابی مؤسس؛ شرایط کسب‌وکار با مؤلفه‌های ایجاد تیم، تأمین مالی کسب‌وکار، فرآیند ایده‌پردازی در کسب‌وکار، مشتریان، دسترسی به صنعت و بازار؛ مقوله عوامل محیطی مؤثر بر راه‌اندازی کسب‌وکار با مؤلفه‌های نقش دولت در تسهیل راه‌اندازی کسب‌وکار، مراکز



شکل 3. خروجی نرم‌افزار مکس کیودا مدل کیفی ابعاد و مؤلفه‌های تبیین‌کننده مرحله راه‌اندازی و استارت‌آپی کسب‌وکارها

شده است. غربال و بومی‌سازی گویه‌ها در اکوسیستم کسب‌وکارهای صنایع غذایی ایران گویه‌ها طبق نظر 7 نفر از خبرگان با استفاده از پرسش‌نامه به روش دلفی فازی انجام شده است. اگر چه افراد خبره از شایستگی‌ها و توانایی‌های ذهنی خود برای انجام مقایسات استفاده می‌نمایند، اما باید به این نکته توجه داشت که فرآیند سنتی کمی‌سازی دیدگاه افراد، امکان انعکاس سبک تفکر

2.4. یافته‌های کمی

همانگ با اهداف و برنامه پژوهش، ابتدا به شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های پژوهش پرداخته شد. براساس مرور سیستماتیک در مجموع 70 گویه اولیه شناسایی شد، ابعاد (3)، مؤلفه‌ها (12) و شاخص‌های (64) مدل کیفی متغیرهای تبیین‌کننده مرحله راه‌اندازی و استارت‌آپی کسب‌وکارها به تفکیک هر عامل در جداول زیر ارائه

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 0/7 مورد قبول است و هر شاخصی که امتیاز کم‌تر از 0/7 داشته باشد رد می‌شود. نتایج در جدول زیر آمده‌اند.

انسانی را به‌طور کامل ندارد. به عبارت دیگر، استفاده از مجموعه‌های فازی، سازگاری بیشتری با توضیحات زبانی و گاهی مبهم انسانی دارد و بنابراین بهتر است که با استفاده از مجموعه‌های فازی (به-کارگیری اعداد فازی) به پیش‌بینی بلندمدت و تصمیم‌گیری در دنیای واقعی پرداخت در این

جدول 6. نتایج دلفی فازی

گویه	مقدار قطعی	نتیجه
ابعاد		
ویژگی‌های فرد مؤسس	0/81	پذیرش
شرایط کسب‌وکار	0/83	پذیرش
عوامل محیطی موثر بر راه‌اندازی کسب‌وکار	0/86	پذیرش
مؤلفه‌ها		
عوامل روان‌شناختی	0/80	پذیرش
عوامل جمعیت‌شناختی	0/84	پذیرش
مهارت‌های اکتسابی مؤسس	0/84	پذیرش
ایجاد تیم	0/85	پذیرش
تأمین مالی کسب‌وکار	0/81	پذیرش
فرآیند ایده‌پردازی در کسب‌وکار	0/88	پذیرش
مشتریان	0/82	پذیرش
دسترسی به صنعت و بازار	0/78	پذیرش
نقش دولت در تسهیل راه‌اندازی کسب‌وکار	0/79	پذیرش
مراکز آموزشی و سازمان‌های حامی کسب‌وکار	0/82	پذیرش
محیط فرهنگی	0/89	پذیرش
وجود زیرساخت‌های لازم در محیط	0/86	پذیرش
شاخص‌ها		
خلاقیت و نوآوری	0/87	پذیرش

پذیرش	0/79	ریسک‌پذیری
پذیرش	0/88	پذیرش فقدان اطمینان
پذیرش	0/87	داشتن روحیه کار تیمی
عدم پذیرش	0/62	پذیرش پیشنهاد و سلاقی مختلف
پذیرش	0/75	سن
پذیرش	0/85	جنسیت
پذیرش	0/84	تحصیلات
پذیرش	0/80	الگوی نقش
پذیرش	0/81	تخصص
پذیرش	0/89	جایگاه اجتماعی
پذیرش	0/85	تجربه پیشین راه‌اندازی مؤسس
پذیرش	0/86	مهارت حسابداری
پذیرش	0/89	مهارت حقوقی
پذیرش	0/74	مهارت تفکر انتقادی
پذیرش	0/89	مهارت‌های ارتباطی
پذیرش	0/72	مهارت استفاده از فناوری‌های جدید
پذیرش	0/82	شناخت کارآفرینان نسبت به مشاغل دیگر
پذیرش	0/93	مهارت تفکر خلاق
پذیرش	0/75	اکتشاف تیمی
پذیرش	0/72	جمع‌گرایی تیمی
پذیرش	0/86	چندزمانه بودن تیم
پذیرش	0/84	وجود تیم‌های ناهمگن
پذیرش	0/74	خود گزارشی عملکرد تیم
پذیرش	0/81	تأمین مالی از طرف سرمایه‌گذاران
پذیرش	0/75	تأمین مالی توسط خود مؤسس و اطرافیان
پذیرش	0/71	تأمین مالی توسط سازمان‌ها دولتی و بانک‌ها
پذیرش	0/89	خلق ایده

پذیرش	0/82	کسب ایده
پذیرش	0/75	الگو برداری و به اشتراک گذاری ایده
پذیرش	0/84	تجاری سازی ایده
پذیرش	0/85	اطلاع و به روز رسانی ایده
پذیرش	0/82	تعداد مشتریان
پذیرش	0/86	شناسایی مشتریان مرجع و کلیدی
پذیرش	0/75	دسترسی به بازارهای داخلی و منطقه‌ای
پذیرش	0/83	دسترسی به بازارهای بین‌المللی
پذیرش	0/84	دسترسی به مواد اولیه و تأمین‌کنندگان
پذیرش	0/75	بازار نیروی کار مهاجر
پذیرش	0/75	حضور شرکت‌های تأمین خدمات
پذیرش	0/72	دسترسی به برون‌سپاری
پذیرش	0/76	بازار نیروی کار ماهر و متخصص
پذیرش	0/81	تسهیل‌گری دولت در تأمین زیرساخت‌ها و صدور مجوز
پذیرش	0/89	بهبود قانون‌گذاری و حذف قوانین دست و پاگیر
پذیرش	0/82	تسهیل‌گری در ترویج استانداردها و رقابت در بازار
پذیرش	0/81	تسهیل دسترسی کارآفرینان به منابع تأمین مالی
پذیرش	0/75	ایجاد شبکه اطلاعاتی مورد نیاز کسب‌وکار
پذیرش	0/85	حمایت از خویش فرمایان
پذیرش	0/82	پارک علم و فناوری
پذیرش	0/84	مراکز دانشگاهی طراز اول
پذیرش	0/87	مراکز آموزشی بین‌المللی
پذیرش	0/85	مراکز آموزشی حرفه‌ای و مشاوره تخصصی
پذیرش	0/84	مراکز رشد و شتاب‌دهنده
پذیرش	0/87	کارخانه نوآوری
پذیرش	0/89	شرکت‌های سرمایه‌گذار در ایده‌های کاملاً نو

فرهنگ معنوی و روحیه مذهبی افراد جامعه	0/89	پذیرش
وجود فرهنگ کارآفرینانه و خوداشتغالی در جامعه	0/91	پذیرش
رویدادهای فرهنگی، تاریخی و برجسته جامعه	0/85	پذیرش
فعالیت‌های رسانه‌ای در حمایت از استارت‌آپ‌ها در جامعه	0/83	پذیرش
دسترسی به آموزش تخصصی، آکادمیک و منتورینگ کارآفرینان	0/89	پذیرش
انتشار کتب موفقیت بنیان‌گذاران کسب‌وکارهای نوپا	0/80	پذیرش
ضریب نفوذ اینترنت، موبایل و تلفن ثابت	0/81	پذیرش
زیرساخت‌های جاده‌ای، هوایی، ریلی و دریایی	0/88	پذیرش
سهولت دسترسی به منابع و مواد اولیه	0/71	پذیرش
دسترسی به انرژی برق، آب و انرژی‌های پاک	0/75	پذیرش

از 0/7 برای تمامی شاخص‌ها نشان‌دهنده مؤثر شناخته‌شدن همه آن‌ها و عدم نیاز به حذف شاخص می‌باشد.

براساس یافته‌های جدول شماره ۸ فقط شاخص (پذیرش پیشنهاد و سلايق مختلف) از فرآیند دلفی فازی حذف شد و براساس نظر خبرگان امتیاز بالاتر

جدول ۷. آزمون توافق دلبیوی کندال دلفی دور سوم

تعداد	ضریب توافق دلبیوی کندال	شاخص کای دو	درجه آزادی	شاخص معنی‌داری
79	0/879	58/463	42	0/003

مرحله راه‌اندازی و استارت‌آپی کسب‌وکارهای حوزه صنایع غذایی ایران با به‌کارگیری تکنیک فراترکیب و دلفی فازی انجام شده است. یافته‌های پژوهش که حاکی از تجزیه و تحلیل نتایج پژوهش‌های پیشین و نظر خبرگان حوزه صنایع غذایی است، نشان می‌دهد که براساس فرآیندهای پژوهشی اجرا شده، ویژگی‌های فرد مؤسس کسب‌وکار، به مجموعه‌ای از خصوصیات شخصیتی، مهارت‌ها، تجربیات و نگرش‌هایی اطلاق می‌شود که بر توانایی فرد در شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار، مدیریت چالش‌ها

و در ضمن، در جدول شماره ۹ مشاهده می‌شود، مقدار 0/003 شاخص معنی‌دار که کمتر از معیار 0/05 می‌باشد، همبستگی پاسخ‌ها را تأیید می‌کند. همچنین مقدار بالاتر از 0/5 برای ضریب دلبیوی کندال نیز تطابق قابل قبول نظرات را در این آزمون بیان می‌کند.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

همان‌گونه که در مقدمه مقاله آورده شده است، پژوهش حاضر با هدف شناسایی ابعاد تبیین‌کننده

و ریسک‌ها، ایجاد و توسعه یک کسب‌وکار جدید تأثیر می‌گذارد. ویژگی‌های مؤسس کسب‌وکار به-عنوان یک ترکیب پیچیده از عوامل روان‌شناختی، جمعیت‌شناختی و مهارت‌های اکتسابی شناخته می‌شود که می‌تواند تأثیرات عمیقی بر فرآیند راه‌اندازی، رشد و موفقیت کسب‌وکارهای جدید داشته باشد. این ویژگی‌ها نه تنها بر توانایی فرد در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها تأثیر می‌گذارد، بلکه می‌تواند به شکل‌گیری فرهنگ سازمانی و استراتژی‌های کسب‌وکار نیز کمک کند. عوامل روان-شناختی شامل ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه‌ها، نگرش‌ها و باورهای فردی هستند که بر رفتار و تصمیم‌گیری‌های مؤسس تأثیر می‌گذارد. ویژگی‌هایی مانند خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری، پذیرش فقدان اطمینان، داشتن روحیه کار تیمی، پذیرش پیشنهاد و سلايق مختلف می‌توانند به فرد کمک کنند تا در مواجهه با چالش‌ها و عدم قطعیت‌ها، عملکرد بهتری داشته باشد. **باریت (2023)** نیز هم‌راستا با پژوهش حاضر معتقد است توانایی پذیرش ریسک به فرد این امکان را می‌دهد که از منطقه راحتی خود خارج شود و به دنبال فرصت‌های جدید برود. در دنیای پر از عدم قطعیت، افرادی که ریسک‌پذیر هستند، می‌توانند تصمیمات جسورانه‌تری بگیرند و از شکست‌ها به‌عنوان فرصتی برای یادگیری استفاده کنند. همکاری با دیگران و توانایی کار در یک تیم می‌تواند به فرد کمک کند تا از تجربیات و مهارت‌های دیگران بهره‌برداری کند. در شرایط دشوار، کار تیمی می‌تواند منجر به ایجاد راه‌حل‌های جامع‌تر و مؤثرتر شود. پذیرش پیشنهاد و سلايق مختلف نشان‌دهنده انعطاف‌پذیری و توانایی گوش‌دادن به دیگران است. افرادی که به نظرات و ایده‌های دیگران احترام می‌گذارند، می‌توانند از دیدگاه‌های مختلف بهره‌برداری کنند و در نتیجه

تصمیمات بهتری بگیرند. عوامل جمعیت‌شناختی شامل ویژگی‌های دموگرافیک سن، جنسیت، تحصیلات، الگوی نقش، تخصص، جایگاه اجتماعی، تجربه پیشین راه‌اندازی مؤسس هستند که می‌توانند بر نحوه عملکرد و تصمیم‌گیری مؤسس تأثیر بگذارند. به‌عنوان مثال، تحصیلات عالی و تجربه پیشین راه‌اندازی مرتبط می‌تواند به فرد کمک کند تا درک بهتری از بازار و صنعت داشته باشد و به شناسایی فرصت‌های جدید بپردازد. سطح تحصیلات می‌تواند به مؤسسان کمک کند تا مهارت‌های تحلیلی و مدیریتی بهتری را توسعه دهند. مؤسسان با تحصیلات عالی ممکن است به اطلاعات و منابع بیشتری دسترسی داشته باشند و در نتیجه تصمیمات بهتری بگیرند. همچنین، تحصیلات می‌تواند بر شبکه‌های ارتباطی و فرصت‌های شغلی تأثیر بگذارد. الگوهای نقش اجتماعی و فرهنگی می‌توانند بر انتظارات و رفتارهای مؤسسان تأثیر بگذارند. به‌عنوان مثال، در برخی فرهنگ‌ها، نقش‌های سنتی ممکن است بر نحوه تصمیم‌گیری و رهبری تأثیر بگذارد. مؤسسان باید با این الگوها آشنا باشند و بتوانند آن‌ها را در تصمیم‌گیری‌های خود مد نظر قرار دهند. تخصص و مهارت‌های خاص می‌تواند به مؤسسان کمک کند تا در زمینه‌های خاصی موفق‌تر عمل کنند. مؤسسان با تخصص در زمینه‌های خاص ممکن است توانایی بیشتری در شناسایی فرصت‌ها و چالش‌ها داشته باشند و در نتیجه تصمیمات بهتری بگیرند. جایگاه اجتماعی بر دسترسی به منابع، شبکه‌های ارتباطی و فرصت‌های شغلی تأثیر می‌گذارد. مؤسسان با جایگاه اجتماعی بالاتر ممکن است به راحتی به سرمایه‌گذاران و منابع مالی دسترسی پیدا کنند و در نتیجه موفقیت بیشتری داشته باشند. تجربه‌های قبلی می‌تواند به مؤسسان کمک کند تا از اشتباهات

کارآفرینان نسبت به مشاغل دیگر، مهارت تفکر خلاق ازجمله این مهارت‌ها هستند که می‌توانند به فرد کمک کنند تا به‌طور مؤثرتری کسب‌وکار خود را راه‌اندازی و مدیریت کند. نتایج این بخش از پژوهش با پژوهش‌های [الفرايه \(2022\)](#)، [باريت \(2023\)](#)، [ایساگا \(2019\)](#) و [فرهادی و همکاران \(1402\)](#) هم‌سو است.

عوامل ساختاری مؤثر بر راه‌اندازی کسب‌وکار برای موفقیت می‌تواند به‌عنوان مجموعه‌ای از ویژگی‌ها تعریف شوند که به‌طور هم‌زمان بر توانایی یک کسب‌وکار در دستیابی به اهداف و موفقیت‌های پایدار تأثیر می‌گذارند. موفقیت در راه‌اندازی کسب‌وکار نیازمند یک رویکرد جامع و یکپارچه است که تمامی جنبه‌های کسب‌وکار را در نظر بگیرد و به بهبود مستمر و انطباق با تغییرات بازار توجه کند. ایجاد تیم به فرآیند تشکیل و توسعه گروهی از افراد با مهارت‌ها، تجربیات و تخصص‌های متنوع اشاره دارد که به منظور دستیابی به اهداف مشترک و حل مسائل پیچیده در یک سازمان یا کسب‌وکار گرد هم می‌آیند. این فرآیند شامل اکتشاف تیمی، جمع‌گرایی تیمی، چندزمانه بودن تیم، وجود تیم‌های ناهمگن، خود گزارشی عملکرد تیم است. اکتشاف تیمی به فرآیند شناسایی و بررسی ایده‌ها، راه‌حل‌ها و فرصت‌های جدید توسط اعضای تیم اشاره دارد. این شاخص نشان‌دهنده توانایی تیم در تفکر خلاق و نوآورانه است. تیم‌هایی که به‌خوبی می‌توانند اکتشاف کنند، معمولاً قادر به شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های جدید در بازار هستند و می‌توانند به سرعت به تغییرات پاسخ دهند. این ویژگی به‌ویژه در صنایع پویا و رقابتی مانند صنایع غذایی اهمیت دارد. جمع‌گرایی تیمی به تمایل اعضای تیم برای همکاری و کار گروهی اشاره دارد. این شاخص نشان‌دهنده سطح همبستگی و انسجام درون تیم است. تیم‌هایی که دارای جمع‌گرایی بالایی هستند،

گذشته یاد بگیرند و در تصمیم‌گیری‌های آینده، بهتر عمل کنند. تجربه‌های موفق و ناموفق می‌تواند بر اعتمادبه‌نفس و رویکردهای آن‌ها تأثیر بگذارد. [الفرايه \(2022\)](#) دریافت که در شرایط نامشخص، افرادی که می‌توانند فقدان اطمینان را بپذیرند، کمتر تحت فشار قرار می‌گیرند و می‌توانند به جای نگرانی، بر روی اقدام و پیشرفت تمرکز کنند. این ویژگی به آن‌ها کمک می‌کند تا در مواجهه با چالش‌ها آرامش خود را حفظ کنند. [فرهادی و همکاران \(1402\)](#) معتقدند بنیان‌گذاران باید توانایی برقراری ارتباط مؤثر با تیم، مشتریان و سرمایه‌گذاران را داشته باشند. این مهارت به آن‌ها کمک می‌کند تا ایده‌ها و اهداف خود را به‌وضوح منتقل کنند و روابط مؤثری برقرار کنند. توانایی ایجاد و حفظ روابط با دیگران در صنعت، به بنیان‌گذاران کمک می‌کند تا از منابع و فرصت‌های جدید بهره‌برداری کنند و از تجربیات دیگران استفاده کنند. [ایساگا \(2019\)](#) در پژوهش خود دریافت، جنسیت می‌تواند بر نحوه تعامل مؤسسان با دیگران و همچنین بر نوع تصمیم‌گیری‌های آن‌ها تأثیر بگذارد. زنان و مردان ممکن است در رویکردهای مدیریتی و ریسک‌پذیری تفاوت‌هایی داشته باشند. این تفاوت‌ها می‌تواند بر فرهنگ سازمانی و نحوه عملکرد کلی تأثیر بگذارد. مؤسسان جوان ممکن است با ایده‌های نوآورانه و ریسک‌پذیری بیشتری وارد بازار شوند، درحالی‌که مؤسسان مسن‌تر ممکن است با تجربه و دانش بیشتری به تصمیم‌گیری بپردازند. این تفاوت‌ها می‌تواند بر نوع استراتژی‌ها و رویکردهای تجاری تأثیر بگذارد. مهارت‌های اکتسابی شامل توانایی‌های خاصی هستند که فرد از طریق آموزش، تجربه و تمرین به دست می‌آورد. مهارت حسابداری، مهارت حقوقی، مهارت تفکر انتقادی، مهارت‌های ارتباطی، مهارت استفاده از فناوری‌های جدید، شناخت

معمولاً عملکرد بهتری دارند؛ زیرا اعضا به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار می کنند و از تجربیات و مهارت های یکدیگر بهره برداری می کنند. این ویژگی می تواند به افزایش انگیزه و رضایت شغلی اعضای تیم نیز منجر شود. چندزمانه بودن به توانایی تیم در مدیریت و هماهنگی فعالیت ها و وظایف در زمان های مختلف اشاره دارد. این شاخص نشان دهنده انعطاف پذیری و توانایی تیم در پاسخ به تغییرات و چالش های مختلف است. تیم هایی که می توانند به خوبی چند زمانه باشند، معمولاً قادر به مدیریت پروژه های پیچیده و متنوع هستند و می توانند به سرعت به نیازهای متغیر بازار پاسخ دهند. **توکسیرونا (2024)** معتقد است دسترسی به منابع مالی کافی و متنوع برای تأمین هزینه های اولیه و جاری کسب و کار ضروری است. این شامل شناسایی منابع مالی مختلف و مدیریت بهینه آنها برای تحقق اهداف مالی است. فرآیند ایده پردازی به مجموعه فعالیت ها و تکنیک هایی اشاره دارد که به منظور تولید، توسعه و ارزیابی ایده های جدید برای محصولات، خدمات یا فرآیندهای کسب و کار انجام می شود. این فرآیند شامل خلق ایده، کسب ایده، الگوبرداری و به اشتراک گذاری ایده، تجاری سازی ایده، اطلاع و به روزرسانی ایده است. مشتریان هم به افرادی یا سازمان هایی اطلاق می شود که محصولات یا خدمات یک کسب و کار را خریداری می کنند یا از آنها استفاده می کنند. در زمینه کسب و کارهای صنایع غذایی، شناخت نیازها، ترجیحات و رفتارهای مشتریان از اهمیت بالایی برخوردار است؛ زیرا این اطلاعات می تواند به توسعه محصولات و استراتژی های بازاریابی مؤثر کمک کند. دسترسی به صنعت و بازار به توانایی یک کسب و کار در ورود به بازارهای هدف و برقراری ارتباط با سایر بازیگران صنعت اشاره دارد. این شامل دسترسی به

بازارهای داخلی و منطقه ای، دسترسی به بازارهای بین المللی، دسترسی به مواد اولیه و تأمین کنندگان، بازار نیروی کار مهاجر، حضور شرکت های تأمین خدمات، دسترسی به برون سپاری، بازار نیروی کار ماهر و متخصص است که می تواند بر موفقیت کسب و کار تأثیر بگذارد. **طالبی و همکاران (1398)** معتقدند تیم های ناهمگن به تیم هایی اشاره دارند که اعضای آنها دارای مهارت ها، تجربیات و پس زمینه های مختلف هستند. این ویژگی می تواند به افزایش خلاقیت و نوآوری در تیم کمک کند؛ زیرا تنوع دیدگاه ها و ایده ها می تواند به حل مسائل پیچیده و ایجاد راه حل های جدید منجر شود. با این حال، مدیریت تیم های ناهمگن ممکن است چالش هایی نیز به همراه داشته باشد، از جمله نیاز به ایجاد ارتباط مؤثر و حل تعارضات. خود گزارشی عملکرد تیم به فرآیند ارزیابی و بازخورد اعضای تیم از عملکرد خود و یکدیگر اشاره دارد. این شاخص می تواند به شفافیت و بهبود مستمر در عملکرد تیم کمک کند. تیم هایی که به خوبی می توانند عملکرد خود را ارزیابی کنند، معمولاً قادر به شناسایی نقاط قوت و ضعف خود هستند و می توانند بهبودهای لازم را انجام دهند. این ویژگی همچنین می تواند به افزایش مسؤلیت پذیری و انگیزه در اعضای تیم منجر شود. تأمین مالی کسب و کار به فرآیند جذب و مدیریت منابع مالی مورد نیاز برای راه اندازی و توسعه یک کسب و کار اشاره دارد. این فرآیند شامل شناسایی منابع مالی مختلف از جمله تأمین مالی از طرف سرمایه گذاران، تأمین مالی توسط خود مؤسس و اطرافیان، تأمین مالی توسط سازمان ها دولتی و بانک ها و تدوین برنامه های مالی برای استفاده بهینه از این منابع به منظور تحقق اهداف تجاری است. نتایج این بخش از پژوهش، هم راستا با پژوهش های **طالبی و همکاران (1398)** و **توکسیرونا (2024)** است.

و بالاخره، عوامل محیطی نقش کلیدی در موفقیت و رشد کسب‌وکارها صنایع غذایی دارند. دولت به عنوان یک تسهیل‌گر، مراکز آموزشی به عنوان منابع حمایتی، فرهنگ جامعه به عنوان محرک کارآفرینی و زیرساخت‌های لازم به عنوان بسترهای عملیاتی، همگی می‌توانند به ایجاد یک محیط مساعد برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای صنایع غذایی کمک کنند. توجه به این عوامل می‌تواند به کارآفرینان حوزه صنایع غذایی کمک کند تا با چالش‌های موجود مواجه شوند و از فرصت‌های موجود بهره‌برداری کنند. به طور کلی، ایجاد یک اکوسیستم حمایتی و پایدار برای کارآفرینی می‌تواند به رشد اقتصادی و توسعه پایدار جامعه کمک کند. دولت‌ها می‌توانند با ایجاد سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی، فرآیند راه‌اندازی کسب‌وکار را تسهیل کنند. این شامل تسهیل‌گری دولت در تأمین زیرساخت‌ها و صدور مجوز، بهبود قانون‌گذاری و حذف قوانین دست‌وپاگیر و تسهیل‌گری در ترویج استانداردها و رقابت در بازار برای کسب‌وکارهای نوپای صنایع غذایی است. دولت‌ها همچنین می‌توانند با تسهیل دسترسی کارآفرینان به منابع تأمین مالی، ایجاد شبکه اطلاعاتی مورد نیاز کسب‌وکار و حمایت از خویش‌فرمایان اطمینان خاطر بیشتری به کارآفرینان بدهند. در نتیجه، نقش دولت به عنوان یک تسهیل‌گر می‌تواند به افزایش تعداد کسب‌وکارهای جدید و بهبود محیط کسب‌وکار کمک کند. **دهقانی اشکذری (1399)** معتقد است مراکز آموزشی حرفه‌ای و مشاوره تخصصی می‌توانند به کارآفرینان و کارکنان کسب‌وکارها مهارت‌های لازم برای مدیریت و راه‌اندازی کسب‌وکار را آموزش دهند. ارائه مشاوره‌های تخصصی در زمینه‌های مختلف مانند مالی، بازاریابی و مدیریت می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا تصمیمات بهتری بگیرند و از اشتباهات

رایج جلوگیری کنند. مراکز رشد و شتاب‌دهنده معمولاً به کسب‌وکارهای نوپا کمک می‌کنند تا با ارائه سرمایه‌گذاری، مشاوره و منابع لازم، به سرعت رشد کنند. مراکز شتاب‌دهنده می‌توانند به کارآفرینان کمک کنند تا با سرمایه‌گذاران، مشتریان و سایر کارآفرینان ارتباط برقرار کنند. کارخانه‌های نوآوری فضایی را برای آزمایش ایده‌ها و توسعه محصولات جدید فراهم می‌کنند. این محیط می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا ایده‌های خود را به واقعیت تبدیل کنند. این کارخانه‌ها معمولاً به فناوری‌های پیشرفته و تجهیزات مدرن دسترسی دارند که می‌تواند به تسريع فرآیند توسعه محصول کمک کند. فرهنگ جامعه تأثیر زیادی بر روحیه کارآفرینی و تمایل افراد به راه‌اندازی کسب‌وکار دارد. جوامعی که فرهنگ کارآفرینی را ترویج می‌کنند و به نوآوری و ریسک‌پذیری ارزش می‌دهند، معمولاً دارای نرخ بالاتری از راه‌اندازی کسب‌وکار هستند. همچنین، فرهنگ معنوی و روحیه مذهبی افراد جامعه، وجود فرهنگ کارآفرینانه و خوداشتغالی در جامعه، رویدادهای فرهنگی، تاریخی و برجسته جامعه، فعالیت‌های رسانه‌ای در حمایت از استارت‌آپ‌ها در جامعه، دسترسی به آموزش تخصصی، آکادمیک و منتورینگ کارآفرینان و انتشار کتب موفقیت بنیان‌گذاران کسب‌وکارهای نوپا می‌تواند به ایجاد انگیزه و اعتماد به نفس در افراد برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید کمک کند. زیرساخت‌های مناسب از جمله ضریب نفوذ اینترنت، موبایل و تلفن ثابت، زیرساخت‌های جاده‌ای، هوایی، ریلی و دریایی، سهولت دسترسی به منابع و مواد اولیه و دسترسی به انرژی برق، آب و انرژی‌های پاک برای راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارها ضروری است. وجود زیرساخت‌های قوی می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا به راحتی به منابع و بازارهای هدف دسترسی پیدا

کنند و هزینه‌های عملیاتی خود را کاهش دهند. به علاوه، زیرساخت‌های مناسب می‌تواند به جذب سرمایه‌گذاران و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید کمک کند. **پرتوی نژاد فومنی و همکاران (1403)** دریافتند دسترسی به اینترنت پرسرعت و پایدار برای کسب‌وکارها ضروری است. این امر به شرکت‌ها امکان می‌دهد تا به بازارهای جهانی دسترسی پیدا کنند، خدمات آن‌لاین ارائه دهند و با مشتریان و تأمین‌کنندگان ارتباط برقرار کنند و وجود شبکه‌های تلفن همراه و ثابت به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا ارتباطات مؤثری با مشتریان و همکاران خود برقرار کنند. این ارتباطات می‌تواند به بهبود خدمات مشتری و افزایش رضایت آن‌ها منجر شود. وجود زیرساخت‌های حمل‌ونقل مناسب، از جمله جاده‌ها، فرودگاه‌ها، ایستگاه‌های راه‌آهن و بنادر، به تسهیل جابه‌جایی کالا و خدمات کمک می‌کند. این امر می‌تواند به کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل و زمان تحویل محصولات منجر شود. دسترسی آسان به منابع و مواد اولیه برای تولید محصولات ضروری است. این دسترسی می‌تواند به کاهش هزینه‌ها و افزایش کارایی تولید کمک کند. تأمین انرژی پایدار و قابل اعتماد، از جمله برق و آب، برای عملیات روزمره کسب‌وکارها حیاتی است. همچنین، دسترسی به منابع انرژی پاک می‌تواند به کاهش هزینه‌ها و بهبود تصویر برند کمک کند. **رحیم پور و همکاران (1399)** معتقدند دولت می‌تواند با سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های حمل‌ونقل، ارتباطات و انرژی، دسترسی کسب‌وکارهای نوپا به منابع مورد نیاز را تسهیل کند. این امر به کاهش هزینه‌های عملیاتی و افزایش کارایی کمک می‌کند و وجود زیرساخت‌های مناسب مانند جاده‌ها و شبکه‌های توزیع می‌تواند به کسب‌وکارها کمک کند تا محصولات خود را به راحتی به بازار عرضه کنند و به مشتریان دسترسی پیدا

کنند. براساس یافته‌های پژوهش حاضر تسهیل در فرآیند صدور مجوزها و بهبود قانون‌گذاری می‌تواند زمان و هزینه‌های مرتبط با راه‌اندازی کسب‌وکار را کاهش دهد. این امر به کارآفرینان این امکان را می‌دهد که سریع‌تر به بازار وارد شوند و از فرصت‌های موجود بهره‌برداری کنند. بهبود قانون‌گذاری و حذف قوانین دست و پاگیر می‌تواند به ایجاد یک محیط کسب‌وکار شفاف و پیش‌بینی‌پذیر کمک کند. این امر به کارآفرینان اطمینان می‌دهد که می‌توانند با خیال راحت سرمایه‌گذاری کنند و برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام دهند. ترویج استانداردها می‌تواند به افزایش کیفیت محصولات صنایع غذایی کمک کند. این امر نه تنها به بهبود رضایت مشتریان منجر می‌شود، بلکه می‌تواند به افزایش رقابت‌پذیری کسب‌وکارها در بازارهای داخلی و بین‌المللی کمک کند. رعایت استانداردها می‌تواند به ایجاد اعتماد در میان مصرف‌کنندگان کمک کند. مشتریان معمولاً تمایل دارند از محصولاتی خرید کنند که دارای استانداردهای مشخص و قابل اعتماد هستند. همچنین تسهیل‌گری در رقابت می‌تواند به تشویق نوآوری و بهبود مستمر در صنایع غذایی کمک کند. کسب‌وکارهای نوپا با رقابت در بازار، به دنبال ارائه محصولات و خدمات بهتر خواهند بود. وجود مراکز آموزشی و سازمان‌های حامی کسب‌وکار می‌تواند به کارآفرینان در کسب مهارت‌ها و دانش لازم برای راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکار کمک کند. پارک علم و فناوری، مراکز دانشگاهی طراز اول، مراکز آموزشی بین‌المللی، مراکز آموزشی حرفه‌ای و مشاوره تخصصی، مراکز رشد و شتاب‌دهنده، کارخانه نوآوری و شرکت‌های سرمایه‌گذار در ایده‌های کاملاً نو می‌توانند با ارائه دوره‌های آموزشی، مشاوره و حمایت‌های مالی، به کارآفرینان کمک کنند تا با چالش‌های مختلف مواجه

مختلف توجه کنند تا ایده‌های نوآورانه‌تری به دست آورند. یادگیری تکنیک‌های مدیریت استرس و بهبود سلامت روان می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا در مواجهه با چالش‌ها بهتر عمل کنند. کارآفرینان باید در زمینه‌های مرتبط با صنایع غذایی، مانند تولید، بازاریابی و مدیریت، دوره‌های آموزشی را بگذرانند. کارآفرینان باید تیم‌هایی با تخصص‌های مختلف (تولید، بازاریابی، مالی) تشکیل دهند تا به بهبود عملکرد کلی کسب‌وکار کمک کنند. کارآفرینان باید به دنبال تأمین مالی از منابع مختلف مانند وام‌های بانکی، سرمایه‌گذاران فرشته و کمک‌های دولتی باشند. برگزاری جلسات منظم برای تبادل ایده‌ها و نوآوری در محصولات و خدمات می‌تواند به بهبود فرآیند ایده‌پردازی کمک کند. انجام پژوهش‌های بازار برای شناسایی نیازها و ترجیحات مشتریان و تطبیق محصولات با این نیازهاست. کارآفرینان باید به ایجاد و حفظ روابط قوی با تأمین‌کنندگان و توزیع‌کنندگان توجه کنند. کارآفرینان باید به ترویج فرهنگ کارآفرینی در جامعه بپردازند و از تجربیات موفق دیگران بهره‌برداری کنند. کارآفرینان باید به وجود زیرساخت‌های لازم مانند حمل‌ونقل، تأمین انرژی و دسترسی به اینترنت توجه کنند. کارآفرینان باید از تسهیلات و حمایت‌های دولتی مانند مشاوره‌های رایگان و برنامه‌های آموزشی بهره‌برداری کنند. کارآفرینان می‌توانند با دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی همکاری کنند تا از پژوهش‌ها و نوآوری‌های جدید بهره‌مند شوند.

متناسب با یافته‌های پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود که با استفاده از چارچوب ارائه‌شده حاضر، در قالب سه پژوهش جداگانه، مدل عوامل انسانی، ساختاری و محیطی مؤثر بر راه‌اندازی و ماندگارسازی کسب‌وکارها طراحی و مدل‌سازی شوند.

شوند و از تجربیات دیگران بهره‌برداری کنند. این حمایت‌ها می‌تواند به افزایش موفقیت کسب‌وکارهای نوپا و کاهش نرخ شکست آن‌ها منجر شود. پارک‌های علم و فناوری به‌عنوان مراکز نوآوری، فضایی را برای همکاری بین دانشگاه‌ها، صنایع و کارآفرینان فراهم می‌کنند. این محیط می‌تواند به تبادل ایده‌ها و فناوری‌های جدید کمک کند. این پارک‌ها معمولاً به منابع مالی، تجهیزات و زیرساخت‌های پژوهش و توسعه دسترسی دارند که می‌تواند به کسب‌وکارهای نوپا در مراحل اولیه کمک کند. دانشگاه‌های معتبر به‌عنوان مراکز پژوهش و توسعه، می‌توانند به کارآفرینان در دستیابی به دانش و فناوری‌های جدید کمک کنند. این همکاری می‌تواند به ایجاد محصولات و خدمات نوآورانه منجر شود. این دانشگاه‌ها می‌توانند نیروی انسانی متخصص و باکیفیت را تربیت کنند که به رشد و توسعه کسب‌وکارها کمک می‌کند. مراکز آموزشی بین‌المللی این مراکز می‌توانند با ارائه دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های بین‌المللی، به کارآفرینان کمک کنند تا با بهترین شیوه‌ها و تجربیات جهانی آشنا شوند. مراکز آموزشی بین‌المللی می‌توانند به ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین کارآفرینان و متخصصان بین‌المللی کمک کنند که می‌تواند به تبادل ایده‌ها و فرصت‌های همکاری منجر شود. یافته‌های این بخش از پژوهش با نتایج پژوهش‌های رحیم پور و همکاران (1399)، دهقانی اشکذری (1399) و پرتوی نژاد فومنی و همکاران (1403) هم‌راستا است.

همان‌گونه که با یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود: جهت راه‌اندازی استارت‌آپی کسب‌وکارهای حوزه صنایع غذایی ایران می‌توان کارآفرینان باید با شرکت در دوره‌های آموزشی و مشاوره‌های حرفه‌ای، اعتمادبه‌نفس خود را افزایش دهند. کارآفرینان باید به ایجاد تیمی متنوع با تجربیات و پس‌زمینه‌های

۶. سهم نویسندگان

سهم نویسندگان برابر است.

۷. تعارض منافع

هیچ‌گونه تعارض منافی در این پژوهش وجود ندارد.

۸. سپاس‌گزاری

منابع

- Aghajani, Hassanali, Mehdi Khakzadian, Babak Mohammadi and Fatemeh Yahyatabar, (2016), “*Entrepreneurship, Innovation and Employment*”, Sari: Asr Mandeger Publications. (In Persian).
- Aghajani, Hassanali. Mahmoud Kiakjori, Esrafil Alaa, Shiva Mojaddid, Bitra Kiakjori, (2017), “*Opportunities in Entrepreneurship*”, Mashhad: Minufer Publications. (In Persian).
- Alferaih, A. (2022). Starting a new business? Assessing university students' intentions towards digital entrepreneurship in Saudi Arabia. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100087.
- Barit, S. V. M. (2023). Entrepreneurial abilities and attitude of business students as determinants of their interest in starting a business. *International Journal of Engineering and Management Research*, 13(1), 12-34.
- Dehghani Ashkazari, Mohammad Reza, (2010) Providing a framework for creating new businesses with an entrepreneurial ecosystem approach, *Business Management Quarterly*, 50, 256-277. (In Persian).
- Edelman, L. F., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of business venturing*, 31(4), 428-448.
- Fauziah, Z., Hayadi, B. H., Meria, L., & Hasanah, A. U. (2022). Start up digital business: Knowing business opportunities and tips for beginners. *Startuppreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 1(1), 97-106.
- Farhadi, Kaveh, Sakhdari, Kamal, Azizi, Mohammad. (1402). Conceptual framework for the progress of the new business creation process based on the characteristics of the founding team, *Welfare Planning and Social Development*, 14(56), 115- 171. (In Persian).
- Franceschelli, M. V., Santoro, G., & Candelo, E. (2018). Business model innovation for sustainability: a food start-up case study. *British Food Journal*, 120(10), 2483-2494.
- Hajipour, Amir, Aziz Mohammadloo, Hamid, Khani, Naser, Yazdani, Bitra (2014). Designing a paradigmatic model for improving business development services in business clusters, *Entrepreneurship Development*, 16(5), 26-70. (In Persian).
- Hosseini Kahnouj, Seyed Reza, Sejasi Qeidari, Hamdollah, Anabestani, Ali Akbar, Shohadadi, Ali (2011). Identifying the challenges affecting the development of tourism business ecosystems using a phenomenological approach, *spatial planning and planning*, 25(4), 51-71. (In Persian).
- Hefer, Y., Cant, M. C., & Wiid, J. A. (2015). Starting One's Own Business-What Motivates Entrepreneurs?. *The International Business & Economics Research Journal (Online)*, 14(2), 237.
- Isaga, N. (2019). Start-up motives and challenges facing female entrepreneurs in Tanzania. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(2), 102-119.
- Kariznoi, Amir, Aghajani, Hassanali, Yahyazadehfar, Mahmoud, Safaei Ghadikalai, Abdolhamid. (2017). Identifying factors affecting the advancement of agricultural businesses towards online markets using the fuzzy cognitive mapping technique, *Cooperatives and Agriculture (Cooperatives)*, 6(24), 71-74. (In Persian).
- Kiboro. Scholastica wangu, (2018), factors influencing performance of online businesses in kenya: a case of businesses in nairobi county, united states international university – africa, 1-83.
- Kulkov, I. (2023). Next-generation business models for artificial intelligence start-ups in the

- healthcare industry. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(4), 860-885.
- Lanzolla, G., & Markides, C. (2021). A business model view of strategy. *Journal of Management Studies*, 58(2), 540-553.
- Lee, W., & Kim, B. (2019). Business sustainability of start-ups based on government support: An empirical study of Korean start-ups. *Sustainability*, 11(18), 4851.
- Li, C., Ahmed, N., Qalati, S. A., Khan, A., & Naz, S. (2020). Role of business incubators as a tool for entrepreneurship development: the mediating and moderating role of business start-up and government regulations. *Sustainability*, 12(5), 1822.
- Melnikovas, A. (2018). Towards an explicit research methodology: Adapting research onion model for futures studies. *Journal of Futures Studies*, 23(2), 29-44.
- Meyer, N., & Hamilton, L. (2020). Female ENTREPRENEURS' BUSINESS training and its effect on various entrepreneurial factors: evidence from a developing country. *International Journal of Economics and Finance Studies*, 12(1), 135-151.
- Mshenga, P. M., Okello, D. O., Ayuya, O. I., Mwangi, D., Ouma, D., & Mungai, N. W. (2020). Influence of entrepreneurship education on Egerton University's graduates' intention to start a business. *African Crop Science Journal*, 28(s1), 289-303.
- Partovi-Nejad Foumani, Masoumeh, Armaghan, Simin, Rajabi, Azita. (2014). Spatial Pattern of Entrepreneurship Strategies in Western Rural Areas of Gilan Province (Case Study of Fouman County), *Quarterly Journal of Regional Planning*, 8(2), 1-20. (In Persian).
- Rahimpour, Mahin, Yahyizadehfard, Mahmoud, Aghajani, Hassanali, Azar, Adel. (2010). A Systemic Model of Creating New and Innovative Businesses, *Strategic Management Studies Quarterly*, 11(43), 95-111. (In Persian).
- Rahimi, Shokofeh. Gholipour, Arian. Safari, Mohammad. (1400), Identifying a Model for Evaluating Human Resource Management Based on the 34000 Standard in New Businesses, *Sustainable Human Resource Management*, 3(4), pp. 39-60. (In Persian).
- Sachdev, N. (2023). Entrepreneurial resilience: What makes entrepreneur start another business after failure. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 23(18), 46-58.
- Sandelowski, M. & Barroso, J. (2007). *Handbook for synthesizing qualitative research*. Springer Publishing Company.
- Sartono, S. (2023). Developing Business Start-up to Promote Job Creation: An Entrepreneurship Perspective in Pandemic Era. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 14(1), 31-43.
- Shahi, Tahereh. Farokhsresht, Behzad. Taghipourian, Mohammad Javad. Aghajani, Hassanali. (1400), Presenting a Native Model of Talent Management in the Tourism Industry Focusing on Identifying Behavioral Indicators, *Sustainable Human Resources Management*, 3(4), pp. 231-251. (In Persian).
- Shirmohammadi, Alireza, Vafaei, Farhad, Namamian, Farshid, Taban, Mohammad. (2010) Designing a Business Sustainability Model in the Supply Chain Using a Meta-Composition Approach, *Business Management*, 12(3), 627-651. (In Persian).
- Shakour, Ali, Shojaei Fard, Ali. (1401). Study and Investigation of the Investment and Business Creation Process by Entrepreneurs in the Country's Villages, *Quarterly Journal of Regional Planning*, 12(46), 348- 363. (In Persian).
- Shakour, Ali, Shojaei Fard, Ali, Jafari, Mahtab. (1400). Providing a strategic model for job creation and increasing agricultural and rural business in Iran, *Quarterly Journal of Regional Planning*, 11(42), 81-101. (In Persian).
- Safari, Khalil, Ahmadi Gharacheh, Ali Mohammad, Mohammadjani, Farzad. (1402). The relationship between factors affecting the perception of economic opportunities by small and medium-sized business owners in Fars Province, *Quarterly Journal of Regional Planning*, 13(50), 33-46. (In Persian).
- Staniewski, M. W., Szopiński, T., & Awruk, K. (2016). Setting up a business and funding sources. *Journal of Business Research*, 69(6), 2108-2112.
- Talebi, Kambiz. Farahzadi, Seyed Hadi. Hejazi, Seyed Reza. Sajjadi, Seyed Mojtaba. (2019), Organizing a new business: What pre-organizational activities do they create?, *Entrepreneurship Development*, 12(1), 101-120. (In Persian).
- Tervo, H. (2014). Starting a new business later in life. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 27(2), 171-190.

Thornton, H. C. (2024). Business model change and internationalization in the sharing economy. *Journal of Business Research*, 170, 114250.

Toxirovna, T. S. (2024). STEPS TO START A BUSINESS. *IMRAS*, 7(1), 718-720.

Tur-Porcar, A., Roig-Tierno, N., & Llorca Mestre, A. (2018). Factors affecting entrepreneurship and business sustainability. *Sustainability*, 10(2), 452.

Van Meerkerk, I., Kleinhans, R., & Molenveld, A. (2018). Exploring the durability of community

enterprises: A qualitative comparative analysis. *Public Administration*, 96(4), 651-667.

Zivodar, Mehdi, Imanipour, Narges. (2016). Analyzing the Decision-Making Process of Creating New Businesses in Iran's Advanced Technology Industries: Conceptualization with a Non-Telemetric Approach, *Entrepreneurship Development*, 9(1), 21-38. (In Persian).