

پژوهش‌های مدیریت در ایران

دوره ۲۲، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۷

شناسایی، معرفی و بررسی مدل‌های گوناگون کسب و کار و استخراج مهم‌ترین عوامل تشکیل‌دهنده این مدل‌ها با استفاده از رویکرد تحلیل محتوای کمی - مطالعه مروری (بازه زمانی مطالعه: ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۷)

علی نقی مصلح شیرازی^{۱*}، فرشاد علمدار یولی^۲

۱. استاد، بخش مدیریت، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

۲. دانشجوی دکتری، بخش مدیریت، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۷/۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۲/۵

چکیده

امروزه گسترش رقابت و افزایش پیچیدگی‌های محیطی گوناگون و تأثیرگذار بر فعالیت‌های کسب و کار به شکل فزاینده‌ای، قابل مشاهده است. بر این اساس به کارگیری مدل‌های مناسب کسب و کار برای تعیین نحوه عملکرد مطلوب فعالیت‌های سازمان تحت شرایط رقابتی و پیچیده یادشده از اهمیت بالایی برای مدیران برخوردار گردیده است؛ بنابراین شناسایی مدل‌های گوناگون کسب و کار و آشنایی با ویژگی‌های اصلی آن‌ها ضروری است. در این مطالعه تلاش گردیده است تا از طریق به کارگیری رویکرد تحلیل محتوای کمی با مرور و بررسی مطالعات گوناگون تاکنون انجام شده در حوزه کسب و کار در بازه زمانی سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۷ ضمن شناسایی و استخراج مدل‌های مختلف کسب و کار تحت مقوله‌های اصلی مطالعه و شرح ویژگی‌های آن‌ها به شناسایی عوامل مورد توجه در طراحی و پیاده‌سازی هر یک از مدل‌ها تحت مقوله‌های فرعی بپردازد. با انجام این تحقیق ضمن پاسخ به پرسش‌های گوناگون در حوزه کسب و کار، روند مطالعات تاکنون انجام گرفته در این خصوص، جدیدترین و مهم‌ترین مدل‌ها و همچنین مهم‌ترین عوامل مورد توجه در طراحی و پیاده‌سازی آن‌ها در قالب نتایج اصلی مطالعه معرفی و ارائه گردیده است. با این امید که نقشی مؤثر در کمک به مدیران سازمان‌ها و صنایع کشور جهت پیاده‌سازی یا بهبود مدل‌های کسب و کار ایفا نماید.

کلیدواژگان: پیچیدگی‌های محیطی، فعالیت‌های کسب و کار، شرایط رقابتی، تحلیل محتوای کمی، مدل‌های کسب و کار.

۱- مقدمه

مدل‌های کسب و کار^۱ مشخص‌کننده نوع ساختار اصلی کسب و کار و عوامل کلیدی آن به منظور تحقق اهداف استراتژیک سازمان و همچنین کسب ارزش، ایجاد و ارائه آن به ذی‌نفعان و مشتریان در بلند مدت است [۱]. شناسایی مدل‌های گوناگون تاکنون ارائه شده، ویژگی‌های اصلی و عوامل کلیدی تشکیل‌دهنده آن‌ها از اهمیت فراوانی برای مالکان و مدیران کسب و کار جهت پیاده‌سازی موفق مدل‌های کسب و کار و ارزش‌آفرینی برای سازمان برخوردار است. اگر چه امروزه تغییرات گوناگونی در محیط کسب و کار به وقوع پیوسته و مرزهای میان صنایع مختلف تا حد زیادی از بین رفته است [۲]. اما بیشتر سازمان‌ها کماکان از یک مدل متمایز و تقریباً مشخص کسب و کار پیروی می‌کنند که عملاً مبنای خلق ارزش در بلند مدت قرار می‌گیرد [۳]. از طرف دیگر استفاده از مدل‌های کسب و کار مناسب سازمان‌ها را به قابلیت‌های پویایی مجهز می‌سازد که آن‌ها را در برابر تغییرات و چالش‌های گوناگون بیرونی چون تغییرات محیطی و رقبا انعطاف‌پذیر و مقاوم می‌سازد [۴]. امروزه شناسایی یک مدل کسب و کار مناسب از چنان اهمیتی برای مدیران سازمان‌ها برخوردار شده است که در بیشتر مواقع آن را به عنوان منطق اصلی فعالیت سازمان و انتخاب استراتژی‌های آن قلمداد می‌نمایند [۵]؛ بنابراین مطالعه انواع مدل‌های تاکنون ارائه شده و آشنایی با ویژگی‌های اصلی آن‌ها می‌تواند موجب اتخاذ تصمیمی مناسب جهت انتخاب یک مدل کسب و کار مشخص و منطبق با شرایط واقعی سازمان گردد [۶]. در این تحقیق تلاش شده است تا با انجام یک مطالعه مروری در حوزه کسب و کار به معرفی و بررسی انواع مدل‌ها، ویژگی‌های آن‌ها و شناسایی عوامل مهم و عناصر تشکیل‌دهنده این مدل‌ها پرداخته شود.

در واقع هدف اصلی از انجام این تحقیق پاسخ‌گویی به پرسش‌های گوناگونی در زمینه مدل‌های کسب و کار است. پرسش‌های یادشده به شرح زیر است. ۱- مدل‌های کسب و کار گوناگون تاکنون مطرح شده تحت بازه زمانی مورد نظر در این مطالعه چه نام دارند و از چه ویژگی‌هایی برخوردارند؟ ۲- تنوع و تعدد مطالعات انجام شده در حوزه کسب و کار به تفکیک

هر یک از مدل‌ها چگونه است؟ ۳- کدام یک از مدل‌های کسب و کار بیشتر از سایر مدل‌ها مورد توجه محققان قرار گرفته و چه مدل‌هایی کمتر مورد مطالعه واقع شده‌اند؟ ۴- روند ارائه مدل‌های گوناگون کسب و کار در طول زمان به تفکیک نام مدل و سال انجام مطالعه چگونه است؟ ۵- حوزه‌های فعالیت مختلف انجام مطالعات در زمینه مدل‌های گوناگون کسب و کار چه نام دارند و همچنین روند تعداد مطالعات صورت گرفته تحت هر یک از حوزه‌های یادشده چگونه بوده‌است؟ ۶- کدام یک از حوزه‌های فعالیت بیشتر مورد توجه محققان قرار گرفته و چه حوزه‌هایی از کمترین استقبال برخوردار بوده‌اند؟ ۷- مهم‌ترین عوامل مورد توجه (مقوله‌های فرعی) در هر یک از مدل‌های شناسایی شده (مقوله‌های اصلی) چه نام دارند؟

در این تحقیق پس از ارائه مقدمه اصلی مطالعه به بررسی پیشینه پژوهش در قسمت دوم پرداخته شده است. در این بخش شکاف‌های تحقیقاتی موجود و همچنین چگونگی پوشش موارد یادشده ارائه گردیده است. در قسمت سوم مواد و روش‌شناسی تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است و در قسمت چهارم یافته‌های تحقیق قرار دارد که به ارائه نتایج تحت نمودارهای مربوطه می‌پردازد. در پایان نتیجه‌گیری و پیشنهادات ارائه شده است تا به طرح اقدامات و پژوهش‌های عملی آینده در راستای اهداف این تحقیق بپردازد.

۲- پیشینه پژوهش

اگر چه امروزه برخورداری از یک مدل کسب و کار مناسب برای سازمان‌ها حیاتی است [۷]، اما این نکته نیز قابل توجه است که مدل‌های کسب و کار هر سازمانی می‌تواند متناسب با نوع و نحوه فعالیت آن در طول زمان تغییر نموده و یا بهبود یابند [۸]. شناخت مدل‌های گوناگون و توجه به طراحی مناسب آن‌ها می‌تواند به مالکان، مدیران و مسئولان فعال در عرصه کسب و کار کمک نماید تا اجزا، ساختار سازمان و فعالیت‌های آن را به گونه‌ای کارا و اثر بخش در راستای کسب ارزش مطلوب برای سازمان و هم برای ذی‌نفعان^۲ آن هدایت نماید [۹؛ ۱۰]؛ بنابراین با وجود این‌که امروزه طراحی و اجرای مناسب مدل‌های کسب و کار از اهمیت بالایی برخوردار گردیده، اما تاکنون مطالعاتی که نشان‌دهنده انجام بررسی جامعی جهت شناسایی مدل‌های گوناگون یادشده باشد مشاهده نشده است. اگرچه تاکنون مطالعات اندکی در این

خصوص صورت گرفته است، اما عمدتاً این مطالعات از محدودیت‌هایی برخوردار بوده‌اند. یکی از این موارد این است که مطالعات یادشده در بازه زمانی گسترده‌ای که پوشش‌دهنده مدل‌های مختلف کسب و کار باشد، انجام نگرفته‌اند. برای مثال در مطالعه‌ای که توسط مایکل موریس و همکاران در سال ۲۰۰۵ صورت گرفت موضوع اصلی بررسی مدل‌های کسب و کار از نگاه کارآفرینی^۳ بوده است، اما به ارائه مدل‌ها به صورت محدود در بازه زمانی کوتاه پرداخته شده است [۱۱]. در مطالعه‌ای که در سال ۲۰۱۳ توسط سانا موتکا و پتی آلتونن صورت گرفت بیشترین تأکید بر بررسی مدل‌های کسب و کار پروژه‌ای بوده است، اما تنها بازه زمانی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۵ را مورد نظر قرار داده است [۱۲]. از طرف دیگر بسیاری از مطالعات انجام شده در زمینه مرور مدل‌های کسب و کار، بیشتر در سطح فقط ارائه تعاریفی از مدل‌های یادشده است. برای نمونه در مطالعه‌ای که در سال ۲۰۱۵ توسط تینا صائبی و نیکولای فاس انجام شد موضوع نوآوری باز و ارتباط آن با مدل کسب و کار مورد توجه قرار گرفته است که تنها محدود به تعاریف ارائه شده از مدل کسب و کار و عناصر اصلی آن است [۱۳]. برخی دیگر از مطالعات صرفاً به زمینه خاص یا حوزه فعالیتی مشخص پرداخته و دامنه وسیعی از سایر حوزه‌ها را نادیده گرفته است [۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸]. برای نمونه برخی از مدل‌های کسب و کار فقط بر جنبه‌های اجتماعی این مدل‌ها تأکید داشته‌اند و کسب و کار را از دریچه تعاملات اجتماعی و خلق ارزش از این طریق مورد تحلیل قرار داده‌اند [۱۹].

در این مطالعه موارد مطرح شده بالا یعنی الف- عدم پوشش مناسب مطالعات موجود در زمینه مدل‌های کسب و کار، ب- مرور مطالعات فقط در سطح تعریف مدل‌ها و بدون ورود به عمق مفاهیم آن‌ها، ج- مرور مطالعات در زمینه مدل‌های کسب و کار صرفاً در حوزه‌ای مشخص و بدون در نظر گرفتن مدل‌های مورد استفاده دیگر در سایر حوزه‌ها به عنوان شکاف‌های تحقیقاتی شناسایی شده‌اند که در نهایت این مطالعه در تلاش است تا این موارد را از طریق بررسی جامع و مرور مدل‌های گوناگون کسب و کار در بازه زمانی وسیع که دربرگیرنده بسیاری از مدل‌ها در حوزه‌های تخصصی گوناگون باشد، پوشش دهد.

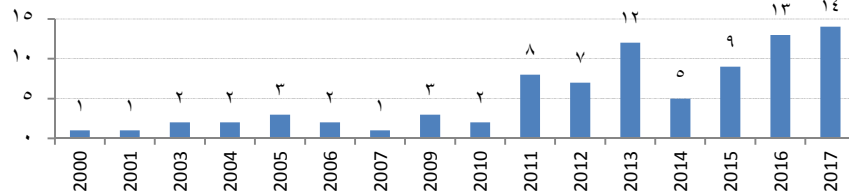
۳- اطلاعات و روش‌ها

تحقیق حاضر یک مطالعه مروری است که به شناسایی مدل‌های گوناگون کسب و کار و استخراج مقوله‌های مهم تشکیل‌دهنده این مدل‌ها با استفاده از تحلیل محتوای کمی می‌پردازد. به منظور تحقق این موضوع به جستجوی نظام‌مند در پایگاه‌های معتبر گوناگون پرداخته شد. پایگاه‌های مقالات اصلی استفاده شده در این بررسی عبارت از Science direct و Emerald insight است که در خصوص پایگاه اول مقالات ارائه شده در زمینه کسب و کار، مدیریت و حسابداری حوزه جستجو بوده است. علت اصلی انتخاب این دو پایگاه وجود تنوع بالای ژورنال‌های تخصصی مرتبط با موضوع مدل‌های کسب و کار و همچنین تعداد بالای مقالات چاپ شده و معتبر در این پایگاه‌ها بوده است. از طرفی پایگاه Emerald به صورت تخصصی موضوعات رشته مدیریت و حوزه‌های گوناگون مرتبط با آن از جمله مدل‌های کسب و کار را پوشش می‌دهد. در این مطالعه فرایند غربالگری مقالات به صورت نظام‌مند در دو مرحله صورت گرفت. در غربالگری مرحله ۱ جستجوی واژگانی در عناوین گوناگون مقالات به عنوان واحد تحلیل اولیه جهت شناسایی مطالعات صورت گرفته در زمینه مدل‌های گوناگون کسب و کار با توجه به محوریت اصلی این موضوع در تحقیق جاری انجام گرفت. نتیجه حاصل از این مرحله استخراج تعداد ۲۴۰ مقاله در حوزه مدل‌های کسب و کار در بازه زمانی سال ۱۹۹۰ تا پایان سال ۲۰۱۷ به عنوان جامعه اصلی تحقیق بود. تمرکز اصلی جستجوی مقالات در این مرحله بر واژه Business Model به عنوان کلیدواژه مورد بررسی در این مطالعه در نظر گرفته شد. در غربالگری مرحله ۲ بررسی عناوین، چکیده و واژگان کلیدی مقالات شناسایی شده جهت استخراج مقالاتی که به معرفی مدل‌های کسب و کار به صورت تخصصی می‌پرداختند صورت گرفت. در این مرحله تلاش گردید که مقالات غیرمرتبط با اهداف اصلی مورد مطالعه حذف شده و در نمونه انتخابی این تحقیق لحاظ نگردد. در نهایت با توجه به غربالگری صورت گرفته تعداد ۳۰ مقاله اصلی و نهایی جهت بررسی در این مطالعه استخراج گردید. پس از این مرحله به مطالعه و بررسی تحقیقات یادشده با استفاده از روش تحلیل محتوای کمی^۴ پرداخته شد. در تحلیل محتوای کمی تلاش می‌گردد که مفاهیم کیفی موجود در منابع و متون مختلف به صورت کمی قابل ارائه باشند. در این راستا یک فرایند دو مرحله‌ای

جهت انجام تحقیق طی گردید. کل متن هر مقاله واحد اصلی مطالعه در این تحقیق در نظر گرفته شد. مرحله اول به شناسایی مقوله‌های اصلی تحقیق اشاره دارد که مدل‌های یادشده با انجام مطالعه جامع متون مقالات و با تمرکز و تأکید بر شناسایی مدل‌های گوناگون و جدید کسب و کار در قالب مقوله‌های اصلی تحقیق استخراج و تعدد به کارگیری آن‌ها تحت شاخص آماری فراوانی مطلق^۵ به صورت کمی تعیین و در این مطالعه ارائه شد. در مرحله دوم به شناسایی مقوله‌های فرعی تحقیق و گروه‌بندی آن‌ها پرداخته شد. در این مرحله با جستجو در مطالعات مختلف مربوط به هر یک از مقوله‌های اصلی استخراج شده، مقوله‌های فرعی تحقیق که معرف عوامل اصلی تشکیل‌دهنده مدل‌های گوناگون کسب و کار است، شناسایی و تحت شاخص آماری فراوانی مطلق به صورت کمی ارائه گردید. در پایان نتیجه حاصل از این دو مرحله تحقیق استخراج مقوله‌های اصلی که معرف مدل‌های گوناگون کسب و کار و مقوله‌های فرعی تحقیق است که معرف عوامل و مؤلفه‌های اصلی تشکیل‌دهنده مدل‌های یادشده است. در این راستا تنوع موارد طبقه‌بندی شده در جدول‌های نهایی تهیه و تدوین و در یافته‌های این مطالعه جهت پاسخ‌گویی به پرسش‌های تحقیق مورد استفاده و تحلیل قرار گرفت.

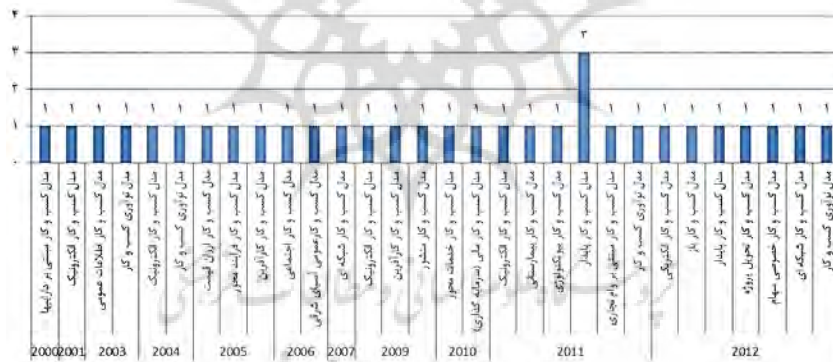
۴- یافته‌ها

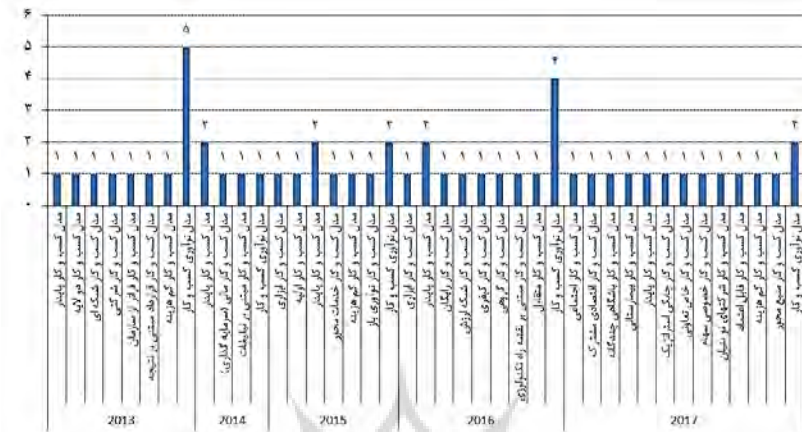
پس از مرور مطالعات مختلف یافته‌های گوناگونی به منظور تحقق اهداف تحقیق به دست آمد که در این بخش ارائه می‌گردند. ابتدا مدل‌های گوناگون کسب و کار تحت مقوله‌های اصلی تحقیق در بازه زمانی این مطالعه مورد شناسایی و معرفی واقع شده و ویژگی‌های اصلی آن‌ها مورد بررسی و ارائه قرار گرفته است. این نتایج در قسمت ضمیمه الف این مطالعه در جدول ۱ به منظور پاسخ‌گویی به پرسش اول تحقیق قابل مشاهده است. به منظور انجام تحلیل و بررسی بیشتر جهت پاسخ‌گویی به سایر پرسش‌های تحقیق برخی از نتایج به صورت نمودار در ادامه ارائه می‌گردند. با توجه به این‌که مطالعه‌ای مرتبط با اهداف اصلی این تحقیق در حوزه مدل‌های کسب و کار از سال ۱۹۹۰ تا پایان سال ۱۹۹۹ تحت پایگاه مقالات مطرح شده مشاهده نگردید؛ بنابراین تحلیل‌های یادشده از سال ۲۰۰۰ به بعد براساس مرور کلیه مقالات در نمودارها منظور شده است. مدل‌های گوناگون کسب و کار تحت مقوله‌های اصلی تحقیق در نمودار ۱ به منظور



نمودار ۲ روند تعداد مطالعات انجام شده در زمینه مدل‌های گوناگون کسب و کار

همان‌گونه که نتایج استخراج شده از نمودار ۲ نشان می‌دهد ۸۰٪ کل مطالعات حوزه کسب و کار در بازه زمانی سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۷ صورت گرفته است. بیشترین تعداد انجام مطالعات در سال‌های اخیر یعنی ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ است، به طوری که ۳۱/۷٪ از کل مطالعات در زمینه مدل‌های کسب و کار به این دو سال اختصاص یافته است. ترکیب دو نمودار بالا در نمودار ۳ جهت پاسخ به پرسش چهارم این تحقیق ملاحظه می‌گردد به گونه‌ای که در آن به معرفی مدل‌ها و تعداد مطالعات گوناگون انجام شده به تفکیک بازه زمانی مورد مطالعه می‌پردازد.

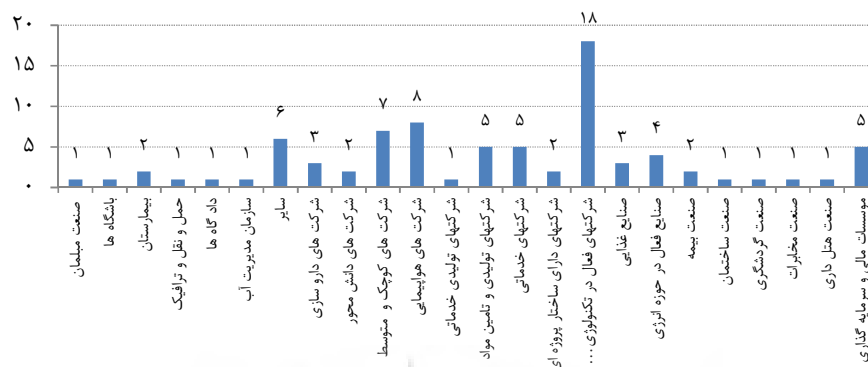




نمودار ۳ مدل‌های گوناگون کسب و کار و تعداد مطالعات انجام شده در قالب شاخص فراوانی مطلق به تفکیک بازه زمانی مطالعات

در واقع نمودار ۳ بیانگر این موضوع است که کدام یک از مدل‌ها در چه سالی بیشتر مورد توجه محققان واقع شده است. همان‌طور که در نمودار یادشده مشاهده می‌گردد مدل کسب و کار پایدار در سال‌های ۲۰۱۱ و ۲۰۱۴ بیشترین مدلی است که مورد توجه قرار گرفته و مدل نوآوری کسب و کار در سال‌های ۲۰۱۳، ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ بوده است. این دو مدل در سال ۲۰۱۵ بیش از سایر مدل‌ها مورد توجه قرار گرفته‌اند.

حوزه‌های تحقیقاتی و گروه‌بندی آن‌ها جهت انجام مطالعه و دستیابی به نتایج مربوطه یکی دیگر از مواردی که در این بخش تحت نمودار ۴ به منظور پاسخ به پرسش پنجم و شش تحقیق مورد بررسی واقع شده است.



نمودار ۴ معرفی حوزه های فعالیت مختلف گروه بندی شده و تعداد مطالعات صورت گرفته در آنها

همان‌طور که در نمودار ۴ ملاحظه می‌گردد بیشترین مطالعات انجام شده در بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۷ به ترتیب در حوزه‌های مختلفی چون شرکت‌های فعال در تکنولوژی و فناوری اطلاعات و شرکت‌های هواپیمایی انجام گرفته و در واقع بیش از ۳۰٪ از کل مطالعات را به خود اختصاص داده است. شرکت‌ها و صنایعی چون صنعت ساختمان، هتل‌داری، مخابرات، گردشگری، تولید مبلمان، داروگاه‌ها، سازمان مدیریت آب، حمل و نقل و ترافیک و باشگاه‌ها کمتر از دیگر حوزه‌ها مورد استقبال محققان کسب و کار قرار گرفته‌اند. مهم‌ترین عوامل مورد توجه در به کارگیری هر یک از مدل‌های کسب و کار جهت پاسخ به پرسش هفت این تحقیق شناسایی شده و به تفکیک هر مدل تحت مقوله‌های فرعی در قالب جدول ۲ واقع در قسمت ضمیمه ب قابل ملاحظه است.

با کمک یافته‌های به دست آمده در این مطالعه تلاش گردید تا شکاف‌های تحقیقاتی شناسایی شده در بخش پیشینه این پژوهش پوشش داده شود. شکاف شناسایی شده اول که به موضوع عدم مشاهده مطالعاتی جامع در بازه زمانی گسترده در زمینه مدل‌های کسب و کار اشاره دارد، با انجام این تحقیق و شناسایی تعداد زیادی از مدل‌های کسب و کار در بازه زمانی سال‌های ۱۹۹۰ تا پایان سال ۲۰۱۷ پوشش داده شد. از طرفی در خصوص شکاف دوم یعنی مرور مطالعات در سطح تعریف مدل‌ها بدون ورود به عمق مفاهیم آن‌ها در این تحقیق تلاش

گردید تا ضمن ارائه تعاریف و ویژگی‌های این مدل‌ها در جدول ۱ به استخراج عوامل اصلی مورد توجه در آن‌ها (جدول ۲) و گروه‌بندی این موارد پرداخته شود و از این طریق شکاف تحقیقاتی مطرح شده پوشش داده شد. در خصوص شکاف سوم شناسایی شده مبنی بر مرور مطالعات مدل‌های کسب و کار تنها در حوزه‌ای مشخص در این تحقیق تلاش گردید تا مدل‌های گوناگون کسب و کار در بسیاری از حوزه‌ها مورد توجه قرار گرفته و بررسی گردد. در واقع با انجام موارد فوق در این مطالعه تلاش گردید تا گامی اساسی در بهبود مطالعات تاکنون صورت گرفته در زمینه مدل‌های کسب و کار برداشته شود و از این طریق به آشنایی بیشتر محققان و مدیران با این مدل‌ها کمک نماید. موارد یادشده در واقع ارائه‌دهنده نتایج اصلی این مطالعه و مزیت آن در مقایسه با تحقیقات تاکنون انجام شده در حوزه مدل‌های گوناگون کسب و کار است.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

این مطالعه به مرور تحقیقات گوناگون در حوزه مدل‌های کسب و کار پرداخته است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که امروزه مدل‌های کسب و کار بیش از پیش مورد استقبال محققان قرار گرفته است؛ این استقبال در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ رو به رشد و نویدبخش چنین واقعیتی است که این مدل‌ها می‌تواند موضوعی مناسب جهت انجام تحقیقات در آینده باشد. از طرفی دو مدل نوآوری کسب و کار و کسب و کار پایدار در سال‌های اخیر بیش از سایر مدل‌ها مورد توجه قرار گرفته است. امروزه مدل‌های یادشده به عنوان مدل‌هایی نوین در زمینه کسب و کار قابل طبقه‌بندی است. عوامل اصلی نقش‌آفرین در طراحی هر یک از مدل‌های کسب و کار با استفاده از روش تحلیل محتوای کمی در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از این بررسی می‌تواند ضمن ایجاد آشنایی بیشتر مدیران سازمان‌ها با مدل‌های گوناگون به ایجاد شناختی کامل از معیارهای مهم مورد توجه در پیاده‌سازی آن‌ها بپردازد و از این طریق نقشی مؤثر در توسعه سازمان‌ها و صنایع کشور ایفا نماید. شکاف‌های تحقیقاتی شناسایی شده از مطالعات پیشین در زمینه مدل‌های کسب و کار در این مطالعه مورد توجه واقع شد و تلاش گردید تا پوشش داده شوند. مدل‌های گوناگون کسب و کار با انجام این مطالعه در یک بازه زمانی بلندمدت شناسایی شده و ویژگی‌های اصلی آن‌ها ضمن ارائه عوامل مختلف تشکیل‌دهنده

این مدل‌ها ارائه گردیده است. چنین مطالعه جامعی در بازه زمانی گسترده در زمینه معرفی مدل‌های گوناگون کسب و کار با بررسی‌های صورت گرفته در مطالعات داخلی و خارجی مشاهده نگردیده است. در پایان، جهت بهبود مطالعات صورت گرفته در حوزه کسب و کار پیشنهادهای مطرح گردیده است که توجه به این پیشنهادات می‌تواند به هموارسازی بیشتر مسیر مطالعات آتی در حوزه یادشده کمک شایانی نماید. این پیشنهادات به شرح زیر است. ۱- با توجه به این‌که در این تحقیق مدل‌هایی که کمتر مورد توجه محققان حوزه کسب و کار بوده‌اند مورد شناسایی قرار گرفته است، این موضوع خود می‌تواند در قالب یک شکاف تحقیقاتی مطرح گردد. پیشنهاد می‌شود مطالعات بیشتری جهت ارتقا دانش علمی و کاربردی در خصوص مدل‌های یادشده صورت پذیرد. ۲- حوزه‌های فعالیتی که انجام مطالعه در آن‌ها تاکنون به ندرت صورت گرفته است در این تحقیق معرفی شده‌اند؛ بنابراین این موضوع نیز می‌تواند در قالب شکاف تحقیقاتی مطرح و جهت رفع و پوشش آن مورد توجه محققان حوزه کسب و کار در آینده قرار گیرد. ۳- با توجه به این‌که در این تحقیق مدل‌های گوناگون کسب و کار در حوزه‌های مختلف مورد مطالعه و معرفی قرار گرفته و عوامل اصلی مورد توجه آن‌ها بررسی، طبقه‌بندی و ارائه شده است و با توجه به این‌که تاکنون یک مدل واحد و جامع کسب و کار که پوشش‌دهنده تمامی حوزه‌های عملیاتی باشد مشاهده نشده است؛ پیشنهاد می‌گردد که مطالعاتی به منظور طراحی یک مدل کسب و کار نوین و جامع قابل استفاده در حوزه‌های گوناگون با استفاده از عوامل اصلی شناسایی شده در این مطالعه در آینده صورت گیرد. این موضوع ضمن ایجاد یکپارچگی و توسعه مدل‌های فعلی کسب و کار به گسترش دانش چه در حوزه نظری و چه در حوزه عملیاتی در زمینه پیاده‌سازی مدل‌های گوناگون کسب و کار می‌انجامد.

۶- پی‌نوشت‌ها

1. Business model
2. Stakeholders
3. Entrepreneurship
4. Quantitative Content Analysis
5. Absolute Frequency

۷- منابع

- [1] Johnson, M. W., Christensen, C. M., & Kagermann, H., Reinventing your business model, *Harvard business review*, 86(12), 2008, pp. 57-68.
- [2] Jahanizadeh, F., Moshabaki, A., Kord Naeij, A., Hosseini, K.H.S., Explaining the basic principles of business ecosystem approach, *Management Research in Iran*, 19(2), 2015, pp. 139-160.
- [3] Mollazadeh, Y. B., & Pooya, A., A Longitudinal Study of Changes Pattern in Manufacturing Strategy in Production Firms of Iran during Horizon 2010-2016, *Modern Researches in Decision Making*, 1(2), 2016, pp. 171-192.
- [4] Mehri, A., & Khodadad Hosseini, H., Designing a Competitive Advantage Model for Automotive Industry in Iran, *Management Research in Iran*, 9(2), 2005, pp. 189-212.
- [5] Haslam, C., & Andersson, T., The Private Equity Business Model: On terra firma or shifting sands?, In *Accounting Forum*, 36(1), 2012, pp. 27-37.
- [6] Lawton, T. C., & Solomko, S., When being the lowest cost is not enough: Building a successful low-fare airline business model in Asia, *Journal of Air Transport Management*, 11(6), 2005, pp. 355-362.
- [7] Kindström, D., Towards a service-based business model—Key aspects for future competitive advantage, *European Management Journal*, 28(6), 2010, pp. 479-490.
- [8] Dobusch, L., & Schüßler, E., Copyright reform and business model innovation: Regulatory propaganda at German music industry conferences, *Technological Forecasting and Social Change*, 83, 2014, pp. 24-39.
- [9] Naik, G., Designing a sustainable business model for e-governance embedded rural telecentres (EGERT) in India, *IIMB Management Review*, 23(2), 2011, pp. 110-121.
- [10] Palo, T., & Tähtinen, J., Networked business model development for emerging technology-based services, *Industrial Marketing Management*, 42(5), 2013, pp. 773-782.

- [11] Morris, M., Schindehutte, M., & Allen, J., The entrepreneur's business model: toward a unified perspective, *Journal of business research*, 58(6), 2005, pp. 726-735.
- [12] Mutka, S., & Aaltonen, P., The impact of a delivery project's business model in a project-based firm, *International Journal of Project Management*, 31(2), 2013, pp. 166-176.
- [13] Saebi, T., & Foss, N. J., Business models for open innovation: Matching heterogeneous open innovation strategies with business model dimensions, *European Management Journal*, 33(3), 2015, pp. 201-213.
- [14] Dilger, M. G., Konter, M., & Voigt, K. I., Introducing a co-operative-specific business model: The poles of profit and community and their impact on organizational models of energy co-operatives, *Journal of Co-operative Organization and Management*, 5(1), 2017, pp. 28-38.
- [15] Haslam, C., Tsitsianis, N., Theodosopoulos, G., & Lee, E., Accounting for voluntary hospices in England: A business model perspective, *Critical Perspectives on Accounting*, 54, 2017, pp. 27-40.
- [16] Sioshansi, F. P., Why the time has arrived to rethink the electric business model, *The Electricity Journal*, 25(7), 2012, pp. 65-74.
- [17] Shin, J., & Park, Y., On the creation and evaluation of e-business model variants: The case of auction, *Industrial Marketing Management*, 38(3), 2009, pp. 324-337.
- [18] Kim, M., & Lee, B., Analysis of an advertisement based business model under technological advancements in fair use personal recording services, *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(3), 2015, pp. 169-180.
- [19] Sabatier, V., Medah, I., Augsdorfer, P., & Maduekwe, A., Social business model design and implementation in developing countries: Learning from an affordable medicine developed in Burkina Faso, *Journal of Management Development*, 36(1), 2017, pp. 48-57.
- [20] Kannisto, P., Sharing for profit: A new business model?, *Annals of Tourism*

- Research, 66, 2017, pp. 206-208.
- [21] Huang, H. C., Freemium business model: construct development and measurement validation, *Internet Research*, 26(3), 2016, pp. 604-625.
- [22] Arbussa, A., Bikfalvi, A., & Marquès, P., Strategic agility-driven business model renewal: the case of an SME, *Management Decision*, 55(2), 2017, pp. 271-293.
- [23] Fageda, X., Suau-Sanchez, P., & Mason, K. J., The evolving low-cost business model: Network implications of fare bundling and connecting flights in Europe, *Journal of Air Transport Management*, 42, 2015, pp. 289-296.
- [24] Andersson, T., Gleadle, P., Haslam, C., & Tsitsianis, N., Bio-pharma: A financialized business model, *Critical Perspectives on Accounting*, 21(7), 2010, pp. 631-641.
- [25] Huang, K. H., A two-tier business model and its realization for entrepreneurship. *Journal of business research*, 66(10), 2013, pp. 2102-2105.
- [26] Alexopoulos, E., & Theodoulidis, B., The generic information business model, *International journal of information management*, 23(4), 2003, pp. 323-336.
- [27] Lazonick, W., & Tulum, Ö., US biopharmaceutical finance and the sustainability of the biotech business model, *Research Policy*, 40(9), 2011, pp. 1170-1187.
- [28] Rochlin, C., Distributed renewable resources and the utility business model, *The Electricity Journal*, 29(1), 2016, pp. 7-12.
- [29] Cosenz, F., Supporting start-up business model design through system dynamics modelling, *Management Decision*, 55(1), 2017, pp. 57-80.
- [30] Kähkönen, A. K., Value net—a new business model for the food industry?, *British Food Journal*, 114(5), 2012, pp. 681-701.

۸- ضمیمه

الف -

جدول شماره ۱- معرفی مدل‌های اصلی کسب و کار شناسایی شده و شرح و توصیف هر یک از مدل‌ها

شرح مدل و ویژگی‌های اصلی آن	عنوان (انگلیسی)	مدل کسب و کار
این مدل، عملکرد عوامل مشارکت سرمایه گذاری خصوصی را مورد توجه قرار می دهد و بر اساس اهرم مالی حاصل از تعاملات بازار، به ارائه الگویی جهت ارزیابی بازارها و چگونگی فعالیت در آنها می پردازد [۵].	Private Equity Model	مدل خصوصی سهام
مدل کسب و کار الکترونیک، نوعی از کسب و کار است که با تأکید بر طراحی زیر ساختهای ارتباطی و اطلاعاتی و مدیریت داده ها، به ارائه الگویی از کسب و کار جهت بهبود ارتباطات می پردازد [۱۷].	E-Business Model	مدل کسب و کار الکترونیک
مدل نوآوری کسب و کار، مدلی است که با ارائه ایده های نو، به اعمال تغییرات و بهبود در مدل‌های کسب و کار، به منظور دستیابی به نتایجی بهتر و ایجاد ارزش بیشتر برای ذی‌نفعان و مشتریان، می پردازد [۸].	Business Model Innovation	مدل نوآوری کسب و کار
این مدل، شرایط ادامه فعالیت کسب و کار را در طول زمان، بهبود می بخشد. ویژگی‌های اصلی آن عبارتند از: تغییر نگاه سازمان، کاهش قیمت‌ها، توجه به موضوع جمعیت شناسی و همچنین، توجه به منابع تجدید پذیر [۱۶].	Electric Model	مدل کسب و کار الکتریکی
مدل کسب و کار ارزان قیمت، مدلی از کسب و کار است که تمرکز اصلی خود را بر ارائه ساختاری جهت مدیریت هزینه ها و ارائه خدمات با قیمت مناسب و ارزان به مشتریان قرار می دهد [۶].	Low-Fare Airline Model	مدل ارزان قیمت
مدل کسب و کار شبکه ای، به عنوان مدلی پویا از کسب و کار شناخته شده است. عناصر اصلی تشکیل‌دهنده این مدل عبارتست از توسعه شبکه کسب و کار، توسعه فرصت‌های کسب و کار و توسعه مدل کسب و کار [۱۰].	Networked Model	مدل شبکه ای

مدل کسب و کار	عنوان (انگلیسی)	شرح مدل و ویژگی‌های اصلی آن
مدل نوآوری باز	Business Models For Open Innovation	مدل کسب و کار نوآوری باز، مدلی از کسب و کار است که ضمن توجه به عوامل اصلی کسب و کار، مفاهیم و اجزای مدل نوآوری باز را نیز در شکل دهی ساختار خود، لحاظ می‌نماید [۱۳].
مدل اقتصادی مشترک	Sharing Economy (Se) Model	مدل کسب و کار اقتصادی مشترک، در تلاش است تا با تأکید بر معیارهای مشارکت مشتریان در خلق ارزش و ایجاد زنجیره ارزش میان سازمان و مشتری، نگاه ارزش آفرینی موجود در سازمان را بهبود بخشد [۲۰].
مدل بیمارستانی	Hospices Model	مدل کسب و کار بیمارستانی، مدلی است که با پیروی از آن، می‌توان بخشها و اجزای فعال در یک بیمارستان را طرح ریزی و بر این اساس، بخشهای یادشده را مدیریت نمود. عوامل اصلی موجود در این مدل عبارتند از: قوانین دولتی، آژانس‌های راه اندازی، کارکنان بخشهای پزشکی و غیر پزشکی، منابع درامدی و بیماران [۱۵].
مدل رایگان	Freemium Model	مدل کسب و کار رایگان، مدلی است که بسیاری از خدمات خود را به صورت رایگان به مشتریان ارائه می‌دهد و از این طریق به جذب مشتری و ارزش افزایی بیشتری می‌پردازد [۲۱].
مدل چابکی استراتژیک	Strategic Agility-Driven Model	مدل کسب و کار چابکی استراتژیک، مدلی است که به ارائه چارچوبی به منظور چابک سازی استراتژی‌های کسب و کار و عوامل فعال در آن، جهت تحقق بهتر اهداف استراتژیک سازمان، می‌پردازد [۲۲].
مدل خدمات محور	Service-Based Business Model	این رویکرد، مناسب سازمانها و شرکتهای خدماتی ای است که محصول نهایی آنها، خدمات قابل ارائه به مشتریان است. اجزای اصلی این مدل عبارتند از: ارزش پیشنهادی، ساختارهای درامدی، زنجیره ارزش، شبکه ارزش، استراتژی رقابتی و بازارهای هدف [۷].
مدل کم هزینه	Low-Cost Model	ارزش ایجاد شده و اصلی در این مدل، وابستگی زیادی بر مدیریت هزینه‌های سرمایه دارد. در واقع، با هدف مدیریت این نوع هزینه‌ها، مدل کسب و کار یادشده ایجاد و پیاده سازی می‌گردد [۲۳].

مدل کسب و کار	عنوان (انگلیسی)	شرح مدل و ویژگی‌های اصلی آن
مدل مالی (سرمایه گذاری)	Financialized Model	مدل کسب و کار مالی، مدلی مفهومی است که نشان می‌دهد چگونه روند نوآوری و توسعه محصول با نیروهای فعال در بازارهای سرمایه همراستا می‌گردد [۲۴].
مدل کارآفرین	Entrepreneur'S Business Model	این مدل، توجه اصلی خود را بر تئوری‌های مربوط به مدیریت کارآفرینی، معطوف می‌دارد و به عوامل پیشنهاد ارزش، بازار، قابلیت‌های درونی، استراتژی‌های رقابتی، اقتصادی و عوامل رشد، توجه دارد [۱۱].
مدل دو لایه	Two-Tier Model	مدل کسب و کار دو لایه، مدلی از کسب و کار است که تمرکز اصلی خود را بر کمک به کارآفرینان در هدایت کسب و کار قرار می‌دهد. این مدل، از دو بخش اصلی تشکیل شده است: ۱- مدل مفهومی و ۲- مدل مالی [۲۵].
مدل تحویل پروژه	Delivery Project'S Model	این مدل، بر این موضوع تمرکز دارد که پروژه‌ها و یا شرکت‌های دارای ساختارهای پروژه‌ای، خود از مدل‌های کسب و کاری مستقل می‌توانند برخوردار باشند که بر اساس آنها، عملکرد پروژه را هدایت و مدیریت نمایند [۱۲].
مدل پایدار	Sustainable Model	مدل کسب و کار پایدار، مدلی است که ضمن توجه به عوامل گوناگون و متنوع موجود در مدل کسب و کار، به اثرات گوناگون ایجاد شده توسط کسب و کار بر شرایط محیطی، اقتصادی و اجتماعی، نیز توجه می‌نماید [۹].
مدل اطلاعات عمومی	Generic Information Model	این مدل، با ارائه‌الگویی از اجزاء و چگونگی تعاملات اطلاعات میان واحد‌های مختلف، به شناسایی الگوی پیچیده اطلاعات موجود میان تعاملات یادشده و عوامل مربوطه می‌پردازد [۲۶].
مدل بیوتکنولوژی	Biotech Model	این مدل، در تلاش است تا با ارائه ساختاری مناسب به کسب و کار، در حوزه تحقیقات و تولیدات دارویی، به بهبود روند ارزش افزایی حاصل از انجام تحقیقات و تولیدات یادشده، کمک نماید [۲۷].
مدل مبتنی بر تبلیغات	Advertisement Based Model	این مدل، شرایطی را فراهم می‌سازد که مالکان حق نشر، از حقوق اصلی خود بهره‌مند گردند و با حفظ این حقوق، ارزشهای آثار خلق شده آنها در طول زمان، محفوظ بماند [۱۸].

مدل کسب و کار	عنوان (انگلیسی)	شرح مدل و ویژگی‌های اصلی آن
مدل ابزاری	Utility Model	این مدل، ضمن توجه به عوامل اصلی کسب و کار، شرایط اجتماعی کاربران صنعت را نیز مورد توجه قرار می‌دهد و برنامه‌هایی را جهت بهبود آن، ایجاد می‌نماید. از جمله این برنامه، می‌توان به کارائی انرژی، برنامه ریزی منابع یکپارچه، بازنگری و بازسازی قانون تنظیم مقررات عمومی سودمند، اشاره نمود [۲۸].
مدل خاص تعاونی	Co-Operative-Specific Model	این مدل، در تلاش است تا عوامل اصلی را به گونه‌ای طرح ریزی نماید که موجب تقویت مشارکت اعضای فعال و نقش آفرین در کسب و کار گردد [۱۴].
مدل شرکتهای نو بنیان	Start-Up Model	این مدل، مبتنی بوم مدل کسب و کار است. اجزای اصلی آن عبارتند از: مشتریان، کانالهای ارتباطی، پیشنهادات ارزش، بخش بندی مشتریان، فعالیت‌های و منابع کلیدی، جریان درامدی و جریان هزینه‌ای [۲۹].
مدل شبکه ارزش	Value Net Model	ویژگی‌های اصلی مورد توجه در این مدل عبارتند از: روابط مبتنی بر همکاری، پویایی، چابکی و انعطافپذیری، تمرکز بر مشتریان نهایی، به‌کارگیری تکنولوژی، دارایی‌های نامشهود، قابلیت پاسخ سریع، اشتراک‌گذاری اطلاعات، تمرکز بر فعالیتهای ایجاد ارزش، آینده‌محوری و توسعه پایدار [۳۰].
مدل اجتماعی	Social Model	مدل کسب و کار اجتماعی، مدلی است که از دیدگاه کلان، به عوامل نقش آفرین در جامعه، نوع و نحوه ارزش افزایی حاصل از تعاملات این عوامل با یکدیگر می‌پردازد. اجزای اصلی تشکیل‌دهنده این مدل کسب و کار عبارتست از: ارائه پیشنهادات ارزش، مجموعه ارزش، توازن سود اجتماعی و توازن سود اقتصادی [۱۹].

ب-

جدول ۲ ارائه نتایج حاصل از بررسی مطالعات گوناگون در زمینه مدل‌های کسب و کار، در قالب مقوله‌های اصلی (مدل) و فرعی شناسایی شده و فراوانی مطلق مقوله‌های فرعی

فراوانی	مقوله‌های فرعی	مدل	فراوانی	مقوله‌های فرعی	مدل
۱	روابط بانکی	مدل کسب و کار مبتنی بر وام تجاری	۱	سرویس اطلاعات ثبت اختراع	مدل کسب و کار فرایند محور
۱	نظارت بانکی		۱	مرکز خدمات مالکیت فکری	
۱	فعالیت وام دهی بانک		۱	مدیریت ارتباط با مشتری	
۱	کارایی سود		۱	مراکز ثبت اختراعات در اروپا	
۱	مدل کسب و کار شرکت هواپیمایی	مدل کسب و کار کم هزینه	۱	بازاریابی ارتباط با مشتری	
۲	خطوط هوایی ترکیبی		۱	شرکتهای کوچک و متوسط	
۱	خطوط هواپیمایی با شبکه خدماتی کامل		۱	طراحی مجدد مدل کسب و کار	
۲	مشاغل کم هزینه		۱	سودآوری	
۲	هزینه خطوط هوایی	مدل کسب و کار مبتنی بر دارایی‌ها	۱	سپد دارایی‌ها	
۲	نوآوری محصول		۱	استراتژی ایجاد دارایی‌ها	
۱	فرایند توسعه		۱	استراتژی توسعه دارایی‌ها	
۲	بازارهای سرمایه‌ای		۱	ارتباط میان دارایی‌ها	
۱	بودجه مازاد		۱	استراتژی تبدیل دارایی‌ها	
۲	سرمایه‌گذاران سهام	مدل کسب و کار خصوصی سهام	۱	استراتژی بهره‌برداری از دارایی‌ها	
۱	شرکای سرمایه‌گذار		۲	بحران مالی	
۱	ارزیابی بازار		۱	مشارکت‌های سرمایه‌گذاری	

مدل	مقوله‌های فرعی	فراوانی	مدل	مقوله‌های فرعی	فراوانی
مدل کسب و کار الکترونیک	تحول سازمانی	۱	مدل کسب و کار کارآفرین	انگیزه‌ها	۲
	ارزیابی بازار	۲		اوراق بهادر سرمایه‌گذاری	۱
	استراتژی‌های رشد	۱		ارزش سهامدار	۱
	تنوع صنعت	۱		مجموعه‌های فعالیت	۱
	نفوذ صنعت	۱		عوامل اقتصادی	۲
	معیارهای بهره‌وری	۱		عوامل رشد	۲
	مدیریت تغییر	۱		استراتژی‌های رقابتی	۲
	ابزارها و تکنیکها	۱		پویایی‌های مدل	۱
	مدیریت اطلاعات	۲		عوامل بازار	۲
	معیارهای ارزیابی عملکرد	۱		قابلیت‌های درونی	۲
مدل نوآوری کسب و کار	انطباق سازمانی	۱	مدل کسب و کار دو لایه	مدل مفهومی	۱
	ساختار اطلاعاتی	۱		مدل مالی	۱
	روابط همکاری درکنار رقابت	۱		ارزش	۱
	ارتباطات	۲		منابع	۱
	ساختار شبکه مجازی	۱		بازار	۱
	ساختار قراردادی سلسله مراتبی	۱		نوآوری	۱
	شرایط عدم اطمینان	۱۰		درآمد	۱
	عملکرد سازمانی	۵		سود	۱
	استراتژی	۱۳		هزینه	۱
	ارائه پیشنهادات ارزش	۸		پیشنهاد دهی	۱
مدل نوآوری کسب و کار	رقابت در کنار همکاری	۲	مدل کسب و کار تحویل پروژه	منابع و قابلیتها	۱
	قابلیتها	۱۱		فعاليتها و سازمانهای داخلی	۱
	مشارکت رقبا	۱		منطق ایجاد درآمد	۱
	تقاضا	۱		ارائه پیشنهاد ارزش	۱
	انرژی الکتریسته	۱		شبکه ارزش	۱
مدل کسب و کار الکتریکی					

مدل	مقوله های فرعی	فراوانی	مدل	مقوله های فرعی	فراوانی
مدل کسب و کار ارزان قیمت	رشد	۱	مدل کسب و کار پایدار	استراتژی رقابتی	۱
	دستگاه های مصرف برق	۱		خدمات	۱۱
	مصرف کنندگان	۱		موقعیت	۶
	رشد تقاضا	۱		زیر ساختها	۷
	سود	۱		منابع	۹
	رشد	۱		محیط اجتماعی	۶
	درآمد زایی	۱		ارزش سازمانی	۱
مدل کسب و کار منشور	هزینه های عملیاتی	۱	ارزش اقتصادی	۵	
	استراتژی های خطوط هوایی	۱	ارائه پیشنهاد ارزش	۴	
	محیط اقتصادی	۱	روابط محیطی	۶	
	فرصتهای کسب و کار	۱	تغییرات محیطی	۱	
مدل کسب و کار شرکتی	ترافیک تقریحی	۱	مدل کسب و کار اطلاعات عمومی	نوآوری تکنولوژیک	۱
	محل اقامت	۱		مزیت پایدار	۱
	واحد های کسب و کار	۱	مدل کسب و کار بیوتکنولوژی	مدیریت اطلاعات	۱
	سهامداران	۱		ممیزی اطلاعات	۱
	استراتژی	۱		تحلیل نیازها	۱
	ساختار	۱		حکمرانی شرکتی	۱
	عملیات	۱		ارزش سهامداران	۱
	منابع	۱		سودآوری	۱
	روابط شبکه کسب و کار	۱		تحقیق و توسعه	۱
	مالی	۱		رشد	۱
حسابداری	۱	پایداری		۱	
قرارداد خدمات	۱	تامین مالی کسب و کار		۱	
مدل کسب و کار قرارداد مبتنی بر نتیجه	اطلاعات	۱	مدل کسب و کار مبتنی بر تبلیغات	نوآوری	۱
	مواد	۱		تکنولوژی اطلاعات	۱
	تحول در کارکنان	۱		قانون حق انتشار	۱
	دارایی های ارتباطی	۱		استفاده منصفانه	۱
	عملکرد قرارداد	۱		مستندسازی سوابق	۱
	خدمات مبتنی بر	۱		حق انتشار	۱

مدل	مقوله‌های فرعی	فراوانی	مدل	مقوله‌های فرعی	فراوانی
	تجهیزات	۱		تجهیزات	۱
	شبکه کسب و کار			شبکه کسب و کار	
مدل کسب و کار شبکه‌ای	فرصت کسب و کار	۱	مدل کسب و کار ابزار	فرصت کسب و کار	۱
	نوآوری	۳		نوآوری	۳
	شبکه‌های نوآوری	۱		شبکه‌های نوآوری	۱
	توسعه شبکه کسب و کار	۱		توسعه شبکه کسب و کار	۱
	توسعه فرصت‌های کسب و کار	۱		توسعه فرصت‌های کسب و کار	۱
	توسعه مدل کسب و کار	۱		توسعه مدل کسب و کار	۱
	رقبت جهانی	۱		رقبت جهانی	۱
مدل کسب و کار فراتر از سازمان	پایداری	۱	مدل کسب و کار گروهی	پایداری	۱
	اتحادیه صنفی	۱		ارزیابی عملکرد	۱
	مسئولیت سهامداران	۱		کارکنان	۱
	حکمرانی	۱		هزینه‌های عملیاتی	۱
	مشاغل علم محور	۱		بهره‌وری	۱
مدل کسب و کار اولیه	تحقیق علمی	۱	مدل کسب و کار خاص تعاونی	شکاف تکنولوژیکی	۱
	فناوری‌های جدید	۱		منابع کلیدی	۱
	استراتژی	۱		ارائه پیشنهاد ارزش	۱
	فناوری‌های اولیه	۱		مشتریان	۱
	نوآوری مبتنی بر علم	۱		کانالها	۱
	فرایند دانش	۱		تعامل اعضا	۱
مدل کسب و کار نوآوری باز	استراتژی‌های نوآوری باز	۱	مدل کسب و کار خاص تعاونی	شرکا	۱
	طراحی سازمانی	۱		ساختار هزینه	۱
	ارزش افزایی	۱		جریان درامدی	۱
	مدل کسب و کار اصلی	۱		ارتقای اعضا	۱
	ادغام	۱		انطباق کسب و کار	۱

مدل	مقوله های فرعی	فراوانی	مدل	مقوله های فرعی	فراوانی
مدل کسب و کار مبتنی بر نقشه راه تکنولوژی	اقتصاد جهانی	۱	مدل کسب و کار قابل اعتماد	استراتژی‌های محصول	۱
	بوم مدل کسب و کار	۱		کانالها	۱
	رقابت	۱		شرکای کلیدی	۱
	چشم انداز شرکت	۱		فعالیت‌های کلیدی	۱
	کارآفرینان	۱		ارائه پیشنهاد ارزش	۱
	سرمایه گذاران	۱		روابط مشتریان	۱
	ایده کسب و کار جدید	۱		درآمد	۱
مدل کسب و کار متقابل	مشتریان	۱	مدل کسب و کار شرکتهای نو بنیان	حمایت مالی	۱
	کانال ارتباط با مشتریان	۱		درآمدزایی	۱
	ارائه پیشنهادات ارزش	۱		ریسک‌کسب و کار	۱
	بخش بندی مشتریان	۱		همزیستی	۱
	ارتباط با مشتریان	۱		تنظیم تقاضا	۱
	منابع کلیدی	۱		سود	۱
	جریان درامدی	۱		مشارکت مشتری	۱
مدل کسب و کار اقتصادی مشترک	جریان هزینه ای	۱	مدل کسب و کار شبکه ارزش	درآمد زایی	۱
	فعالیت های کلیدی	۱		روابط ارزش	۱
	روابط مبتنی بر همکاری	۱		اقتصاد جدید	۱
	تمرکز بر مشتریان نهایی	۱		اقتصاد قدیم	۱
	دارایی های نامشهود	۱		خط مشی دولتی	۲
	قابلیت پاسخ سریع	۱		آژانس های راه اندازی	۱
	اشتراک گذاری اطلاعات	۱		استراتژی مراقبت از زندگی	۱
مدل کسب و کار بیمارستانی	تمرکز بر فعالیتهای ایجاد ارزش	۱	مدل کسب و کار شبکه ارزش	اعتماد اولیه مراقبت	۲
	آینده محوری	۱		بیماران	۲
	توسعه پایدار	۱		بیمارستانهای داوطلبانه	۲
	چابکی	۱		مراقبت تسکین دهنده	۲
	بستر کسب و کار	۱		مدل‌های اقتصادی	۱

مدل	مقوله های فرعی	فراوانی	مدل	مقوله های فرعی	فراوانی
مدل کسب و کار عمومی آسیای شرقی	جهانی سازی	۱	مدل کسب و کار منبع محور	تسهیم دانش	۱
	تکنولوژی ارتباطات	۱		انگیزه های بیرونی	۱
	اقتصاد مبتنی بر دانش	۱		جمع آوری داده ها	۱
	رقابت	۱		سایت‌های شبکه اجتماعی	۱
مدل کسب و کار رایگان	توسعه کلان	۱	مدل کسب و کار باشگاهی چندگانه	بوم مدل کسب و کار	۱
	محیط کسب و کار نامطمئن	۱		پایداری	۱
	صنایع خدمات شبکه	۱		ارزشهای اجتماعی	۱
	رقابت	۱		همزیستی	۱
	مزایا	۱		پروژه های ورزشی	۱
	نوآوری	۱		باشگاه های مستقل	۱
	خدمات ارزش افزا	۱		مرزهای شرکت	۱
	نوآوری مدل کسب و کار	۱		فمفهوم سازی خلق ارزش	۱
	قابلیت‌های پویا	۱		خلق ارزش در شبکه ها	۱
	نوآوری مدل کسب و کار	۱		اکوسیستم	۱
مدل کسب و کار چابکی استراتژیک	قابلیت های سطح بالا	۱	مدل کسب و کار اجتماعی	زنجیره ارزش	۱
	قابلیت استراتژیک	۱		سازمان اجتماعی	۲
	تصمیمات دادگاه	۱		مشارکت سازمانها	۱
	فعالیت های کیفی	۱		تغییرات اجتماعی	۱
	قانون	۱		ارائه پیشنهادات ارزش	۱
مدل کسب و کار کیفی	خدمات عمومی	۱	مدل کسب و کار اجتماعی	مجموعه ارزش	۱
	سازمانهای غیر قانونی	۱		تغییر سازمانی	۱
	مؤسسات کسب و کار مشروع	۱		توازن سود اجتماعی	۱
	سازمانهای مربوط به امور کیفی	۱		توازن سود اقتصادی	۱
	شرکت های کوچک	۱		حسابداری اجتماعی	۱
مزیت رقابتی	۱	کارآفرینی اجتماعی	۱		

مدل	مقوله های فرعی	فراوانی	مدل	مقوله های فرعی	فراوانی		
مدل کسب و کار باز	فشار رقابتی	۱		مقوله های فرعی	۱		
		۱			۱		
		۱			۱		
مدل کسب و کار خدمات محور	نوآوری	۲		توسعه خدمات جدید	۲		
		۲			۲		
	زنجیره ارزش	۱		شبکه ارزش	۲		
		۲			۱		
	استراتژی رقابتی	۱		بازار های هدف	۲		
		۲			۲		
	خدمات ارزش افزا	خدمات ارزش افزا		۲			۲
				۲			۲

۹- تشکر و قدردانی

ما نویسندگان این مطالعه، از کلیه پژوهشگران و محققانی که از نتایج مقالات و تحقیقاتشان در قسمتهای مختلف تدوین این مقاله، خصوصاً "در قسمت پیشینه پژوهش، استفاده گردیده و از این طریق، در پیشبرد روند انجام این تحقیق یاری رسان بودند، کمال تشکر و قدردانی را داریم.

- تأییدیه‌های اخلاقی

موردی توسط نویسندگان گزارش نشده است.

- تعارض منافع

موردی توسط نویسندگان گزارش نشده است.

- سهم نویسندگان در مقاله

علی نقی مصلح شیرازی (۵۰٪)

فرشاد علمدار یولی (۵۰٪)

- منابع مالی / حمایت‌ها

موردی توسط نویسندگان گزارش نشده است.