



An Analysis of Social Ecology of Startups in Iran

Abazar Ashtari Mehrjerdi¹

Received: Oct. 16, 2020; Accepted: Dec. 5, 2020

ABSTRACT

A UN report has identified three ten-year development waves of science, technology and innovation policies in Iran since the beginning of the 1990s. The first wave focused on the development of higher education, the second on the development of research and technology, and the third on the knowledge and innovation-based economy. Thus, the ground and emergence of startups became fertile since the early 90s. A review of internal and external studies and articles on the success and failure of startups indicates a lack of sociological vision and approach and therefore this issue is the main reason for our study. A qualitative method was applied in the study in order to understand the biological world and social attitudes of actors of this ecosystem. Our most important tool was in-depth interviews with people with their narrative and firsthand experiences, then, they were categorized, sorted, and conceptualized (taking into account Clark and Brown's six-step inductive method). The statistical population included six managers and startup owners, two of accelerator managers and six associates. After summarizing and categorizing the findings, we obtained 5 groups of variables (themes) named PESTE where P is for Politics, E for Economy, S for Socio-cultural, T for Technology and E is the sign of Education. Since social ecology of startups in Iran and the world at large are very new and fledgling, but with their application to the modern world, they are certainly very complex and multifaceted, hence, it will definitely encounter failure if one of its five pillars are not fit and accompany each other.

Keywords: Startup, innovation, technology, startup ecology, sociological study

1. Department of Science and Technology, Institute for Social and Cultural Studies, Tehran, Iran
✉ ashtari@ihsc.ac.ir



INTRODUCTION

A report from the United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD has identified three ten-year development waves of science, technology and innovation policies in Iran since the beginning of the 1990s. The first wave focused on the development of higher education, the second wave on the development of research and technology, and the third wave focused on the knowledge and innovation-based economy. Thus, the ground and emergence of startups became fertile since the early 90s. Surprisingly, this emerging phenomenon, with nearly 98% risk and ambiguity, has paved the way for the rapid growth of developing countries. A review of internal and external studies and articles on the success and failure of startups indicates a lack of sociological vision and approach and therefore this issue is the main reason for our study.

PURPOSE

The aim of the present study is to identify and classify different categories and variables affecting the success and failure of startups and draw and explain the ratios of these subcategories in the macro startup environment to help reduce the risk and ambiguity and turn the creative ideas into successful for companies and institutions (at best Unicorn) and increase their success rate at the national level.

METHODOLOGY

Since the present study is qualitative in nature, there is not enough concern since qualitative studies try to understand the global lifestyle and social attitudes of actors and give voice to those whose voices are not heard at all. Due to the multifaceted, complex and unknown nature of the subject of startups and the exploratory nature of the study, we used different tools and a combination of both quantitative and qualitative methods. Our most important tool was in-depth interviews over the phone and WhatsApp, through which, we tried to take into account their narratives and lived experience in the startup ecosystem. The study population consisted of six managers and startup owners (two of whom were in the first startup experience, two had two to four successful or unsuccessful startup experiences, and two had at least five experiences in this domain). Two of the managers were accelerator while six were faculty members.

FINDINGS

After summarizing and categorizing the findings, we came across 9 general themes (including political, social and community contexts, legal-bureaucratic, educational, research and upbringing, technological, economic, individual-personality, organizational [startup as an organization and institution] and family). After achieving a satisfactory image of the themes and modifying the specific codes in each theme and the overall story of the analysis, it was time to define and name the main themes (resulting from the last stage combination of sub-themes). They were named

as PESTE, with P denoting Politics, E for Economy, S for Social-cultural, T for Technology and E for Education. Each of them has several sections and sub-sections.

CONCLUSION

This section presents the findings in conjunction with each other and in the form of conclusion. As such, the socio-cultural context or environment includes personal characteristics (age, gender), family, managerial environment and informal organization/social network, society and culture, and due to their extent, each was developed separately.

In the educational system or context, university and field of study can be mentioned although networking and specialized training also come in this arena, but most of the initial failures in efforts were only in this domain.

The economic context has the possibility of intervening in the startup ecosystem through 7 following ways:

- 1) Investment domain including government loans, government investment, private sector investment and foreign investment;
- 2) Inflation and currency fluctuations;
- 3) Non-transparency and ranting in tenders;
- 4) Time zone (opportunity cost) for investors and startup launchers;
- 5) Competitiveness including quality and price;
- 6) Political economy (supports based on governing policy);
- 7) Export (migration) of human resources, particularly specialized manpower.

In legal-governmental system or context, it can be said that the government by reducing the time and the bureaucratic process and reforming and reviewing cumbersome and disturbing startup ecosystem laws such as labor, trade, insurance and tax, as well as providing conditions for passing and amending laws governing legal-intellectual system and preventing interpretation to rules and regulations, can provide a suitable ground for the growth and development of the startup ecosystem.

In the technological context, which is derived from the political economy governing the administrative system and the technically-infested society, and on the other hand, since technological infrastructure is worn out and outdated due to sanctions, the government is also looking for a specific technology toward which it could guide and direct startup and knowledge-based activities. On the other side, controlling and filtering of the Internet and cyberspace also, in addition to infrastructural problems for startups, overshadow the content and executive freedom of their activities.



Interdisciplinary
Studies in the Humanities

Abstract

NOVELTY

The most important novelty, which is of course, one of the most important limitations of this study, is that the review of internal and external studies and articles on the success and failure of startups indicates a lack of sociological vision and approach. In this regard, my acceptance as a researcher among startup allies and activists of this ecosystem as well as technical and engineering vision governing these conditions has been one of the problems and limitations of this study.



Interdisciplinary
Studies in the Humanities

Volume 13
Issue 1
Winter 2021

BIBLIOGRAPHY

- Ara Research Center (2018). Challenges and opportunities of Startups in Iran. Retrieved from <https://iranthinktanks.com/the-challenges-and-opportunities-of-startups-in-the-country>
- Eghtesad Online (May 8, 2017). *Developing startups: Strategies of economic growth in Iran*. Retrieved from <https://www.eghtesadonline.com/n/v8Q>
- Elecom Stars (July 21, 2017). Farnet report: Startups in Elecom exhibition. Retrieved from <https://farnet.io/1396/04/184612/elecom-stars-report-1>
- Fichter, K., & Tiemann, I. (2018). Factors influencing university support for sustainable entrepreneurship: Insights from explorative case studies. *Journal of Cleaner Production*, 175, 512-524. doi: 10.1016/j.jclepro.2017.12.031
- ICT (2017). Internal barriers to the success of startups in the country the core of digital business innovation research. Electronic publishing.
- Ries, E. (2011). [The startup way: how modern companies use entrepreneurial management to transform culture and drive long-term growth (M.J. Ahmadpour, & A. Fatemi Khorasgani, Trans.)]. Tehran, Iran: Setka.
- Sadeghi, F. (2020). Start-ups in Iran. Tehran, Iran: Soxanvarān.
- Shanbe (April 28, 2016). Startups guideline to become knowledge-based companies. *Shanbe Startup Magazin*, Retrieved from <https://shanbemag.com>
- Startup Genome (2011). Startup Genome Report Extra on Premature Scaling. *Startup Genome*, Retrieved from <https://docplayer.net/23983198-Startup-genome-report-extra-on-premature-scaling.html>
- Startup Genome (2017). *Global Startup Ecosystem Report (2017)*, Retrieved from <https://startupgenome.com/reports/global-startup-ecosystem-report-2017>
- UNCTAD (2010). *Science, technology and innovation policy review of the Islamic Republic of Iran*. Retrieved from https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstict20163_en.pdf



Interdisciplinary
Studies in the Humanities

Abstract



تحلیل اجتماعی زیست‌بوم استارت‌آپی ایران

اباذر اشتری مهرجردی^۱

دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۲۵؛ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۱۵

چکیده

گزارش آنکتاد، سه موج ده‌ساله توسعه سیاست‌های علم، فناوری و نوآوری در ایران را از ابتدای دهه ۱۳۷۰ شناسایی کرده است. اولین موج بر توسعه آموزش عالی، موج دوم بر توسعه پژوهش و فناوری و موج سوم بر اقتصاد دانش‌بنیان و مبتنی بر نوآوری، تمرکز داشته است. از این‌رو، از اوایل دهه ۹۰ زمینه‌های ظهور و بروز استارت‌آپ‌ها هموارتر شد. بررسی مطالعات داخلی و خارجی درخصوص موفقیت و شکست استارت‌آپ‌ها حاکی از فقدان دید و رویکردی جامعه‌شناختی است و دلیل اصلی مطالعه حاضر به‌شمار می‌آید. روش مطالعه از نوع کیفی بوده و مهمترین ابزار ما مصاحبه‌های عمیق باگرفتن روایت و تجربه زیسته‌شان بوده است. سپس به دسته‌بندی، سنخ‌بندی و مفهوم‌سازی (روش استقرایی شش مرحله‌ای کلارک و براون) پرداختیم. جامعه مورد مشاهده، شامل شش نفر از مدیران و صاحبان استارت‌آپ، دو نفر از مدیران شتاب‌دهنده‌ها و شش نفر از همکاران بودند. پس از جمع‌بندی و دسته‌بندی یافته‌ها، به ۵ گروه متغیر (تم) که به‌صورت PESTE نام‌گذاری شدند، دست یافتیم. P نشانه Politics، E نشانه Economy، S نشانه Social-cultural، T نشانه Technology و E نشانه Education است. بر همین اساس، زیست‌بوم استارت‌آپی در ایران و جهان بسیار جدید و نوپا است؛ اما به دلیل اطلاق آنها به دنیای مدرن کنونی بسیار پیچیده و چندوجهی هستند به طوری که اگر یکی از پایه‌های پنج‌گانه آن با دیگر پایه‌ها، متناسب و همراه نباشد، با شکست روبه‌رو خواهد شد.

کلیدواژه‌ها: استارت‌آپ، نوآوری، فناوری، زیست‌بوم استارت‌آپی

۱. مقدمه

آنکتاد^۱ (۱۳۹۵)، سه موج توسعه سیاست‌های علم، فناوری و نوآوری در ایران را از ابتدای دهه ۱۳۷۰ شناسایی کرده است. موج نخست (۱۳۶۹ تا ۱۳۷۹) بر توسعه آموزش عالی متمرکز بود. موج دوم (۱۳۷۹ تا ۱۳۸۹) بر توسعه پژوهش و فناوری، از جمله فناوری‌های نوظهور و زیرساخت‌های مورد نیاز آنها، تأکید داشت؛ و موج سوم (۱۳۸۹ تاکنون) بر اقتصاد دانش بنیان و مبتنی بر نوآوری، تمرکز داشته است. فرایند موج سوم با تأسیس مجموعه‌هایی که شامل معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری (در سال ۱۳۸۶) و ۱۶ ستاد توسعه وابسته به آن، صندوق نوآوری و شکوفایی (در سال ۱۳۹۰)، مراکز رشد، پارک‌های علم و فناوری، مناطق ویژه علمی و فناوری در دانشگاه‌ها، صندوق‌های پژوهش و فناوری و همچنین صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر تقویت شد. به طوری که از اواسط دهه ۱۳۹۰ استارت‌آپ‌ها امکان رشد و نمو بیشتری یافتند. در این میان، واژه‌یابی یا معادل‌سازی استارت‌آپ به قدری پیچیده و مسئله‌انگیز بود که بارها روابط عمومی فرهنگستان زبان و ادب فارسی، خبر و بیانیه‌ای در رد انتساب واژه‌یابی یا جایگزینی کلماتی نظیر «کارآغازیان»، «کمک‌نوآور»، «نوآور» به جای کلمه بیگانه «استارت‌آپ» صادر کرده است. اما در نهایت، در سال ۱۳۹۸ معادل «نوآفرین» یا «شرکت نوآفرین» اعلام شد.

واژه‌نامه و بستر آن را یک کسب‌وکار جدید معرفی می‌کند؛ یک عملیات، حرکت یا عملیات تنظیم و راه‌اندازی. مرکز کسب‌وکارهای کوچک آمریکا آن را کسب‌وکاری می‌داند که اغلب پیرامون محور تکنولوژی شکل گرفته و پتانسیل رشد بالایی دارد. اریک ریس^۲ در کتاب نوپای ناب معتقد است استارت‌آپ یک نهاد انسانی است که برای ارائه یک محصول یا خدمت جدید در شرایطی که ابهام بالایی وجود دارد به وجود می‌آید (ریس، ۲۰۱۳، ۳۲). به معنایی دیگر، هر کسب‌وکاری که بر پایه فناوری است لزوماً استارت‌آپ نیست و از طرف



مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی

۱۵۲

دوره ۱۳، شماره ۱
زمستان ۱۳۹۹
پیاپی ۴۹

۱. سیاست‌های علم و فناوری ایران، تهیه شده توسط مرکز آنکتاد سازمان ملل در سال ۱۳۹۵، ص ۱۳. کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل (UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development)

2. Eric Ries

دیگر، هر کسب و کاری که بر پایه فناوری نباشد نیز لزوماً غیر استارت آپ نیست. پس استارت آپ یک مرحله همیشگی برای کسب و کارها نیست و بیشتر آنها پس از گذشت چند سال به اندازه ای رشد می کنند که دیگر نمی توان آنها را استارت آپ نامید. برخی توسط شرکت های بزرگ تر خریداری می شوند و برخی به یک شرکت مستقل، که بخشی از بازار را در دست داشته و تعداد نیروی بیشتر از ۵۰ نفر دارد، تبدیل می شوند. استارت آپ پاسخی به محدودیت های بازار کار رسمی یا خروج از انزوای حوزه خصوصی تلقی می شود و همچنین بهترین انتخاب برای ایجاد توازن بین نقش های سنتی و نقش های مدرن است که نیازهای نادیده انگاشته شده نظام رسمی کسب و کار را پوشش می دهد.

اما اهمیت استارت آپ ها بیشتر در نقش آفرینی آنها در اشتغال زایی است. این اشتغال زایی به دو صورت انجام می گیرد: ۱. مستقیم (به نسبت یک شغلی که از بین می برند، دو شغل ایجاد می کنند)؛ و ۲. غیر مستقیم. به عنوان مثال اسنپ به طور مستقیم حدود ۶۰۰ شغل و به طور غیر مستقیم قریب به ۱۰۰ هزار شغل ایجاد کرده است. اگرچه همانند نام و مفهوم پرابهام شان، میزان و کیفیت نقش آفرینی آنها در اشتغال و اقتصاد به روشنی مشخص نیست، اما در اغلب کشورهای در حال توسعه جهت دستیابی به رشد سریع تر و جبران عقب افتادگی های گذشته، استارت آپ ها، ابزاری کلیدی و اساسی هستند که نیازمند بازار (به مثابه بازار سنتی و وجود مکان) و تبادل پول نقد نبوده و امکان تغییر ساختار جامعه به حساب می آیند و طی دو دهه اخیر، زمینه ایجاد موقعیت های شغلی، تحرک اجتماعی، انعطاف پذیری اقتصادی و ترویج نوآوری را موجب شده است. همچنین گروهی از جمله رابرت ریچارد^۱ (۲۰۲۰) از آن به عنوان مرحله ای حساس و مهم جهت گذار توسعه یاد می کند.

در همین رابطه مهم ترین دغدغه مقاله این است که چرا پدیده نوظهور استارت آپ، که توجه بسیاری را به خود جلب کرده و سرمایه گذاری های کلان بخش دولتی، خصوصی و عمومی را به خود اختصاص داده، بیش از ۹۸ درصد با شکست روبرو می شود؟ اگرچه ممکن است هنوز برای ارزیابی زود باشد، چرا تا کنون هیچ یک از استارت آپ های کشور که مورد حمایت های مالی و غیر مالی بخش های مختلف دولتی و خصوصی قرار گرفته و همچنین در شرایط

1. Rabert Richard





اجتماعی - اقتصادی غیررقابتی، دارای انحصار و بازار مصرف بکر بودند، تبدیل به یونی کورن^۱ نشدند؟ نسبت و سهم دانشگاه و نظام آموزش عالی با سرمایه‌گذاری‌های فراوان در آموزش و پرورش دانشجویان و ایجاد پارک‌ها و مراکز رشد و نوآوری در زیست بوم استارت‌آپی چیست؟ زیرساخت‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جامعه ما، چگونه فرهنگ کارآفرینی را ایجاد و بازتولید کرده است که در موفقیت و یا عدم موفقیت آنها نقش آفرین است؟ در مقاله حاضر به شناخت و تحلیل محیط‌ها و بسترهای اثرگذار (منفی، بازدارنده، مثبت و پیش‌برنده) در موفقیت و عدم موفقیت استارت‌آپ‌ها، به‌ویژه حوزه اجتماعی - فرهنگی و آموزشی، خواهیم پرداخت. بنابراین، هدف کلان این مطالعه، شناخت و سنخ‌بندی مقوله‌ها و مؤلفه‌های مختلف اثرگذار در موفقیت و عدم موفقیت استارت‌آپ‌ها و ترسیم و تبیین نسبت‌های این ریزمقوله‌ها در محیط کلان استارت‌آپی جهت کمک به کاهش ریسک و ابهام فرایند تبدیل ایده‌های خلاق به شرکت‌ها و مؤسسات موفق (در بهترین حالت یونی کورن) و افزودن ضریب موفقیت آنها در سطح ملی است. بر همین اساس، ابتدا به بررسی وضعیت زیست بوم استارت‌آپی کشور پرداخته و سپس یافته‌ها در قالب مصاحبه‌های عمیق، تحلیل تماتیک شده و در بستر اجتماعی ارائه خواهد شد.

۲. پیشینه تحقیق

در این بخش ابتدا به تاریخچه استارت‌آپ‌ها در جهان و ایران پرداخته و سپس ادبیات تجربی و ادبیات نظری ارائه شده است.

به لحاظ تاریخی^۲، می‌توان شروع استارت‌آپ‌ها را با شروع تمدن در بین انسان‌ها و خرید و فروش محصولات مختلف گره زد. اما پیشینه صنعت سرمایه‌گذاری خطرپذیر نیز به شرکت تحقیق و توسعه آمریکایی در سال ۱۹۴۶ برمی‌گردد. اما آغاز استفاده از مفهوم

۱. یونی کورن به معنای اسب شاخدار است و اصطلاحی که به‌نوعی از استارت‌آپ‌ها اطلاق می‌شود که دارای ارزش بالای یک میلیارد دلار بوده و می‌توانند به‌عنوان یک مالیات‌دهنده، به اقتصاد ملی کشور کمک کنند. اگرچه دو شرکت اسنپ و دیجی کالا ادعای تبدیل شدن به یونی کورن را دارند، اما باید مورد ارزیابی دقیق قرار گیرند.

۲. این بخش برگرفته از کتاب استارت‌آپ‌سازی در ایران نوشته فاطمه صادقی، نشر سخنوران و چندین سایت به نام‌های زیر است:

استارت‌آپ حدود سال ۱۹۱۱ میلادی است که با شرکت‌های سیلیکون‌ولی شروع شد. یکی از مهمترین محصولات این شرکت، استارت‌آپ آی.بی.ام بود. یکی دیگر از قدیمی‌ترین و موفق‌ترین استارت‌آپ‌های دنیا، شرکت اپل است که توسط استیو جابز راه‌اندازی شد. استارت‌آپ گوگل نیز از استارت‌آپ‌های معروف جهان است که همه ما با آن در ارتباط هستیم. اما به لحاظ علمی، شروع استارت‌آپ‌ها از دهه ۷۰ و بعد از جنگ جهانی دوم بود. بعد از جنگ جهانی دوم خیلی از شرکت‌ها در آمریکا وضعیت مالی خوبی داشتند. ۳۰ سال طول کشید تا استارت‌آپ‌ها به شرکت‌های بزرگ بفهمانند که ارزش و اصل موضوع روی نوآوری است. بعد از ۳۰ سال مدل توسعه استارت‌آپ‌ها عوض شد و ایجاد استارت‌آپ با کمک کمپانی‌های بزرگ آغاز شد و تاکنون که شتاب‌دهنده‌های شرکت‌های سازمانی به رشد استارت‌آپ‌ها کمک می‌کنند، ادامه یافته است.

پیشینه زیست‌بوم کارآفرینی و استارت‌آپی ایران به اواخر دهه ۷۰ برمی‌گردد. طرح پدید آوردن شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر برای اولین بار در شرکت‌هایی نظیر سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران و اسپانسر پروژه‌های نوپا مانند مرکز صنایع نوین شکل گرفت. اولین شرکت‌های پدید آمده در حوزه فناوری ارتباطات و مخابرات بودند و بخشی از زیرساخت‌های مخابراتی ایران در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ توسط این شرکت‌ها به وجود آمدند. در ابتدا به جای نام استارت‌آپ، ویژگی آن با عنوان «شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر» به کار برده می‌شد. در آن زمان ادبیات استارت‌آپ هنوز مفهومی نداشت. در اوایل دهه ۹۰ با به وجود آمدن مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها در کنار دانشگاه‌ها، تیم‌های مختلفی پدید آمدند که منجر به رشد نیروی انسانی زیست‌بوم استارت‌آپی ایران شدند. در این سال زیست‌بوم استارت‌آپ در ایران نقشه راه خود را پیدا کرد. پیش از آن (در سال ۱۳۸۵) دیجی‌کالا با ۵ نفر کار خود را آغاز کرد. در پایان سال ۱۳۸۹ کسب‌وکار نوپایی به نام آپارات (همپای یوتوب) شروع به کار کرد. بعد از آپارات باید از استارت‌آپی به نام تخفیفان نام برد که توسط خانم ایده‌پرداز و موفق در سال ۱۳۹۰ بنیان‌گذاری شد. بعد از آن استارت‌آپ نت‌برگ شروع به کار کرد. سال ۱۳۹۳ نیز اسنپ آغاز به کار و رقیب سرسخت سیستم تاکسی‌رانی سنتی شد. اگرچه اکنون این اسامی دیگر به عنوان استارت‌آپ به شمار نمی‌آیند.



به لحاظ پیشینه تجربی می‌تواند گفت چند مطالعه گسترده صورت گرفته است. برخی از آنها بدین شرح است:

بر اساس گزارش فاوا^۱ در سال ۱۳۹۵ موانع داخلی موفقیت استارت‌آپ‌های ایرانی به صورت دقیق‌تر و مقایسه آن‌ها با موانع داخلی استارت‌آپ‌های سایر کشورها بررسی شده است. تلاش شده تا راه‌حل کشورهای مختلف برای از بین بردن این موانع نیز بررسی و به‌عنوان راهنمایی برای کمک به استارت‌آپ‌های ایرانی استفاده شود. این موانع شامل نقدینگی پایین، استراتژی نامناسب در مقابله با رقبا، مدل‌های کسب‌وکار نامناسب، محصول ضعیف، تیم مدیریتی ضعیف و عدم توجه به نیاز مشتری مطرح شدند.

از محدود پژوهش‌های انجام‌شده در مورد تحلیل اکوسیستم استارت‌آپی کشور^۲ پژوهشی است که در الکام‌استارز (۱۳۹۶) انجام شد. جامعه آماری این پژوهش شامل ۵۰۰ استارت‌آپ بوده و نتایج این نمونه‌گیری با سطح اطمینان ۹۵ درصد به کل جامعه استارت‌آپی کشور تعمیم داده شد. براساس نتایج به‌دست آمده حدود ۱۵ درصد از استارت‌آپ‌ها کشور در مرحله ایده و نمونه اولیه قرار دارند و حدود ۷۰ درصد آنها در مرحله ورود به بازار و رشد هستند. نکته قابل توجه آن است که حدود نیمی از استارت‌آپ‌های کشور در مرحله ورود به بازار و درآمد اولیه هستند، حدود ۲۰ درصد از آنها وارد مرحله رشد شده‌اند و حدود ۱۱ درصد در مرحله گسترش بازارهای جدید قرار دارند.

مرکز توانمندسازی و تسهیل‌گری کسب‌وکارهای نوپا (فاوا) در گزارش هشتم خود در سال ۱۳۹۶ معتقد است عدم توانایی در تجاری‌سازی و جذب سرمایه، مشکلات حقوقی در ثبت شرکت‌های استارت‌آپی در راستای بهره‌گیری از تسهیلات معافیت مالیاتی یا بیمه‌ای، ضعف در مالکیت معنوی در ثبت یک ایده در ایران و... اصلی‌ترین عوامل عدم شکل‌گیری زیست بوم استارت‌آپی مناسب در ایران دانسته‌اند.

۱. به منظور تحلیل موانع داخلی موفقیت استارت‌آپ‌های کشور، هسته پژوهشی نوآوری کسب‌وکارهای دیجیتال دانشگاه تهران با همکاری مرکز توانمندسازی و تسهیل‌گری کسب‌وکارهای نوپا فاوا در نیمسال دوم سال ۱۳۹۵ پژوهش جامعی به روش پیمایش برای شناخت موانع داخلی موفقیت استارت‌آپ‌ها در کشور انجام دادند.
۲. این تحقیق میدانی در الکام‌استارز سال ۱۳۹۶ توسط هسته پژوهشی نوآوری کسب‌وکارهای دیجیتال دانشگاه تهران صورت گرفته است.



مرکز پژوهشی آرا در سال ۱۳۹۷ تحقیقی را با عنوان «چالش‌های استارت‌آپ‌ها در ایران»^۱ انجام داده است. این مرکز چالش‌های استارت‌آپ‌ها در ایران را به دو بخش چالش‌های محیطی و چالش‌های داخلی تقسیم می‌کند:

الف) چالش‌های محیطی

چالش‌های محیطی در واقع عوامل غیرقابل‌کنترلی هستند که اکثراً خارج از محیط استارت‌آپ‌ها قرار دارند و استارت‌آپ‌ها به تنهایی قادر به رفع آن‌ها نیستند. برخی از این چالش‌ها عبارت‌اند از: ۱) تأمین مالی و سرمایه‌گذاری (ناقص بودن زنجیره تأمین مالی طرح‌های نوآور و شرکت‌های نوپا، نوبادین نهادهای متولی در نظام مالی کشور، نبود بسترهای حقوقی برای سرمایه‌گذاری خطرپذیر، و عدم توجه به جنبه‌های اقتصادی این زمینه)؛ ۲) ناپایداری در مدیریت نهادهای دولتی؛ ۳) کمبود مهارت و نیروی انسانی متخصص و نهادهای پشتیبان برای ارائه خدمات فنی و مشاوره در فعالیتهای استارت‌آپی؛ ۴) سیاست‌گذاری‌های نامناسب دولت؛ ۵) مسائل فرهنگی و اجتماعی؛ ۶) زیرساخت‌های فنی (پهنای باند و سرعت اینترنت و مراکز داده، بالابودن قیمت خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشور، زیرساخت نامناسب برای بهره‌برداری از فناوری‌های جدید همچون تحلیل داده‌های حجیم و ارتباطات سیار).

ب) چالش‌های داخلی

چالش‌های داخلی عوامل قابل‌کنترلی هستند که توسط خود شرکت‌ها قابل‌رفع است. این چالش‌ها عموماً پیرامون مسائلی چون بازاریابی و مدیریت راهبردی قرار دارند. جهت‌گیری و تبلیغات نامناسب، عدم شناخت نیاز مشتری، عدم تناسب محصول و بازار، طراحی یک مدل کسب‌وکار گسترش‌ناپذیر، تیم‌سازی نامناسب و ضعف در کار تیمی از جمله چالش‌های درونی استارت‌آپ‌ها هستند. درنهایت، بررسی مطالعات و مقالات خارجی نشان داد بیشترین و شاید تمامی تمرکز آنها بر روی دلایل مالی، مدیریتی تکنولوژیک و روان‌شناسی (ویژگی‌های شخصیتی هم‌پیمانان) بوده و ترتیب این موارد در مطالعات داخلی شامل عوامل مالی، تکنولوژیک و مدیریتی بوده است. تقریباً می‌توان گفت در داخل کشور به تحقیقی که با رویکرد جامعه‌شناختی انجام شده باشد، برنخورديم. با نگاهی به زمینه‌های

۱. این بخش بر گرفته از نتایج تحقیقات مرکز پژوهشی آرا در سال ۱۳۹۷ است.



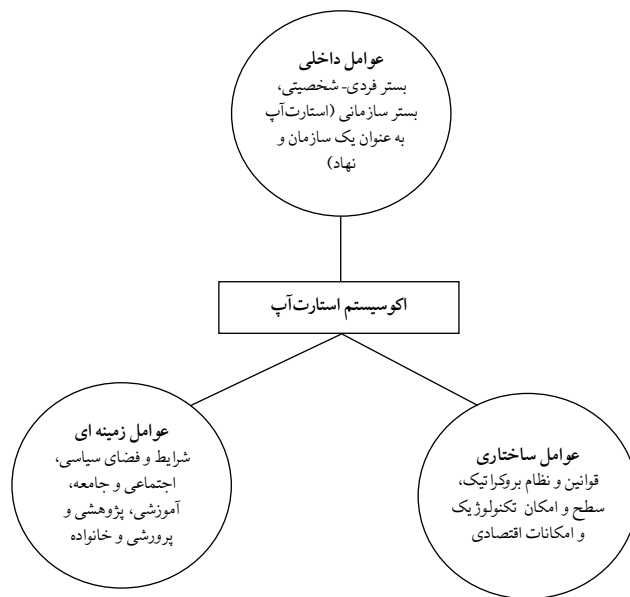


شرکت‌های استارت‌آپی کشور، به این نتیجه کلی می‌رسیم که برای موفقیت در بازارهای کوچک و کشورهای در حال توسعه مانند ایران، نیازی به ایده‌های آن‌چنان نایاب نیست و تنها با کپی کردن ایده‌های موفق خارجی و اجرای صحیح آن‌ها بسته به بازار هدف، می‌توان سهم مناسبی از مشتریان را جذب کرد. آمارها نشان می‌دهد که در ایران بیشترین مقوله‌ای که باعث توسعه کسب‌وکار می‌شود زیرساخت فیزیکی و پویایی بازار داخلی است. این در حالی است که در کشورهای توسعه‌یافته مثل آمریکا زیرساخت فیزیکی و هنجارهای فرهنگی و اجتماعی نقش پررنگ‌تری در شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها دارند. آلمان نیز بر روی برنامه‌های کارآفرینی دولت سرمایه‌گذاری کرده و در ترکیه نیز این بستر با آموزش در مدارس، در حال توسعه است.

در خصوص مبانی نظری لازم به توضیح است به دلیل نوپا بودن ادبیات استارت‌آپی و همچنین موقتی بودن دوران زندگی و نهایتاً قربت بسیار زیاد با حوزه کارآفرینی، از دیدگاه‌های حوزه کارآفرینی جهت استخراج و بهره‌گیری از مفاهیم حساس بهره گرفته شد، ضمناً این دیدگاه‌ها به‌عنوان چارچوب نظری این مطالعه و به‌معنایی که در مطالعات کمی کاربرد داشته و کاملاً بلید دنبال شود، محسوب نمی‌شوند چرا که تاکنون مطالعه‌ای اجتماعی در باب استارت‌آپ‌ها شکل نگرفته و تنها برای جهت‌دهی و بهره‌گیری از برخی اصطلاحات و شرایط و جلوگیری از خارج شدن از محدوده موضوعی به‌صورت رفت‌وبرگشتی از آنها بهره‌برده شده، در نهایت مدل تجربی خود را ارائه خواهیم کرد. به‌عبارت دیگر، چون عملاً این پژوهش، کیفی است نظریه‌هایی که از قبل راهبر تحقیق باشد، وجود نداشته بلکه از مفاهیم حساس نه‌گانه که در ادامه به آنها خواهیم پرداخت، به نظم و شبکه مفهومی خواهیم رسید.

دیدگاه‌های مربوط به چرایی و چگونگی ایجاد و موفقیت و عدم موفقیت استارت‌آپ‌ها، عموماً در امتداد دو مسیر اصلی نظریه‌های مبتنی بر عوامل خارجی و نظریه‌های مبتنی بر عوامل داخلی گسترش یافته‌اند. نظریه‌های مبتنی بر عوامل خارجی شامل ساختاری و زمینه‌ای است که دربرگیرنده تمام عناصر، عوامل و شرایط فیزیکی و غیرانسانی و همچنین سازمان شرایط و عوامل محیطی برون‌سازمانی که محیط سازمان را احاطه نموده‌اند می‌باشد (شامل نظام دانش و آموزش عالی، اقتصاد سیاسی و قوانین و...); نظریه‌های مبتنی بر عوامل داخلی بر ویژگی‌های فردی یا خصوصیات درون‌سازمانی تمرکز دارند. نظریه‌های عوامل

خارجی مؤثر بر عملکرد شرکت‌ها شامل سازمان‌های صنعتی، چرخه عمر صنعت و بوم‌شناسی جمعیت هستند. همسان فرض کردن شرکت‌ها از نظر ابعاد مختلف، نقد اساسی وارده بر مکاتب خارجی است. نظریه‌های عوامل داخلی شامل نگاه منابع محور^۱، قابلیت‌های پویا^۲، گرایش کارآفرینانه^۳، بازارگرایی^۴ و ظرفیت جذب^۵ همچنین ویژگی‌های کارآفرین شومپیتر با یکدیگر در ارتباط بوده، اما در فرضیات و کاربرد متفاوت هستند. فرض اساسی اغلب نظریه‌های عوامل داخلی بر ثابت فرض کردن محیط و عدم وجود تغییرات پیچیده و تأثیرگذار محیطی بر عملکرد شرکت است. مجموعه مفاهیم حساسی که در قالب عوامل داخلی و ساختاری - زمینه‌ای مرتبط با استارت‌آپ‌ها - که در قالب نظریه‌های فوق الذکر نیز بیان شده - در قالب نقشه مفهومی ذیل آمده است.



شکل ۱. نقشه مفهومی عوامل داخلی ساختاری و زمینه‌ای مرتبط با استارت‌آپ‌ها

1. Resource-Based View
2. Dynamic Capabilities
3. Entrepreneurship Orientation
4. Market Orientation
5. Absorptive Capacity

۳. روش

از آنجایی که مطالعه حاضر از نوع کیفی است، بنابراین، دغدغه تعمیم وجود ندارد؛ چرا که مطالعات کیفی سعی در فهم زیست‌جهان و نگرش‌های اجتماعی کنشگران و دادن صدا به کسانی که صدای آنها شنیده نمی‌شود دارند. به دلیل ماهیت چندوجهی، پیچیده و ناشناخته موضوع استارت‌آپ‌ها و اکتشافی بودن نوع مطالعه، ناگزیر از تمامی تجربیات و توان خود در استفاده از ابزارها و روش‌های پژوهش بهره بردیم. بر همین اساس از ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی استفاده شد. مهمترین ابزار مصاحبه‌های عمیق از طریق تلفن و واتس‌آپ بود که در این راه، سعی در گرفتن روایت و تجربه زیسته در زیست بوم استارت‌آپی داشتیم. اطلاعات بسیار خوبی به‌ویژه در حوزه مسائل اجتماعی و فرهنگی در قالب فرهنگ کارآفرینی جمع‌آوری شد. در مجموع می‌توان گفت از روش ترکیبی (آنچه به زعم هسه بایر است) استفاده شده است. به طوری که در فرایندی رفت و برگشت و با استقراء و قیاس‌های مداوم، ضمن شناخت کارکرد استارت‌آپ‌ها در نظام اجتماعی، عوامل و موارد دخیل، شناسایی و مقوله‌بندی شدند. سپس به دسته‌بندی، سنخ‌بندی و مفهوم‌سازی (روش استقرایی شش مرحله‌ای کلارک و براون) پرداخته شد. در نهایت، سازوکار و نسبت هر یک از مفاهیم و کارکردش در مانع‌تراشی یا پیشبرد اهداف زیست‌بوم استارت‌آپی در قالب مدل‌هایی ارائه و تحلیل شد.

جامعه مورد مشاهده، مشورت و مشارکت بدین شرح است: (۱) شش نفر از مدیران و صاحبان استارت‌آپ (طی مصاحبه‌های اولیه مشخص شد که سن و تجربه کاری نقش مهمی در موفقیت و شکست استارت‌آپ‌ها دارد. بنابراین، سعی شد از تمامی گروه‌های سنی و تجربی استفاده شود). بر همین اساس دو نفر از این گروه در اولین تجربه استارت‌آپی قرار داشتند؛ دو نفر دو الی چهار تجربه استارت‌آپی موفق یا ناموفق داشتند؛ و دو نفر نیز حداقل پنج تجربه در این حوزه داشتند؛ (۲) دو نفر از مدیران شتاب‌دهنده‌ها که یکی تاکنون با ۴۵ مجموعه استارت‌آپی مرتبط بوده و حمایت کرده بودند و دیگری از مجموعه بنیاد برکت و سالانه ۱۰۰ استارت‌آپ را حمایت می‌کردند؛ و (۳) شش نفر از همکاران (اعضای هیئت علمی مؤسسه‌های پژوهشی و سایر دانشگاه‌ها^۱) بودند.



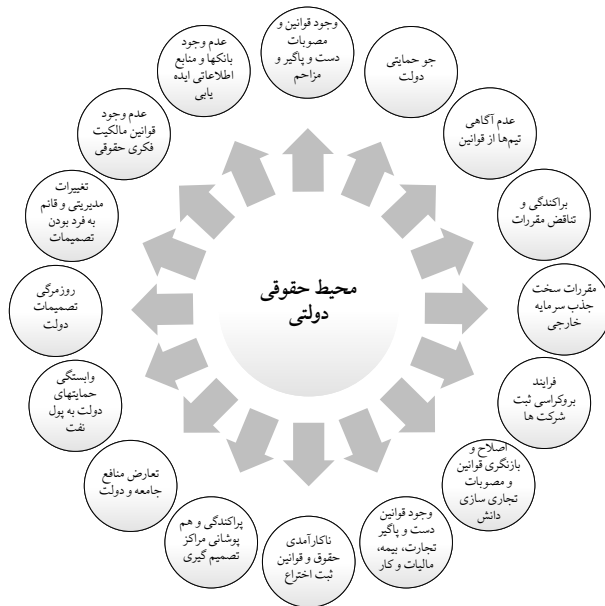
۱. این افراد شامل آقایان دکتر حسین ابراهیم‌آبادی، رضا کلاهی، ناصرالدین علی تقویان، حسین علی افخمی (دانشگاه علامه طباطبایی)، وحید کمالی (معاون صدا و سیما) و مرتضی افتنخاری (مؤسسه تحقیقات آب و وزارت نیرو).

۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از جمع‌بندی و دسته‌بندی یافته‌ها، با ۹ تم کلی روبه‌رو بودیم (بسترهای سیاسی، اجتماعی و جامعه، قانونی- بروکراتیک، آموزشی، پژوهشی و پرورشی، تکنولوژیک، اقتصادی، فردی- شخصیتی، سازمانی (استارت‌آپ به عنوان یک سازمان و نهاد) و خانواده). پس از دستیابی به یک تصویر رضایت‌بخش از تم‌ها و اصلاح کدهای اختصاصی در هر یک و داستان کلی تحلیل، نوبت به تعریف و نام‌گذاری تم‌های اصلی (حاصل از ترکیب تم‌های فرعی سطح آخر) رسید. این تم‌ها به صورت PESTE نام‌گذاری شدند، که P نشانه Politics، E نشانه Econome، S نشانه Social-cultural، T نشانه Technology و E نشانه Education است.

۴-۱. تم، بستر یا محیط حقوقی-دولتی

در مجموع، این تم نشان‌دهنده جو سیاسی-دولتی حاکم بر جامعه و زیست بوم استارت‌آپی است که باعث طولانی شدن فرایند تجاری‌سازی فعالیت‌ها و تولیدات آنها شده و مشکلات فراوانی را برای آنها به وجود آورده است و در برخی موارد منجر به شکست استارت‌آپ‌ها می‌شود؛ از جمله عدم جذب حمایت‌های دولتی، کپی یا ارائه خدمات و محصول توسط استارت‌آپ‌ها یا شرکت‌های رقیب، عدم رغبت سرمایه‌گذاران به دلیل بالاتر رفتن ریسک سرمایه‌گذاری.

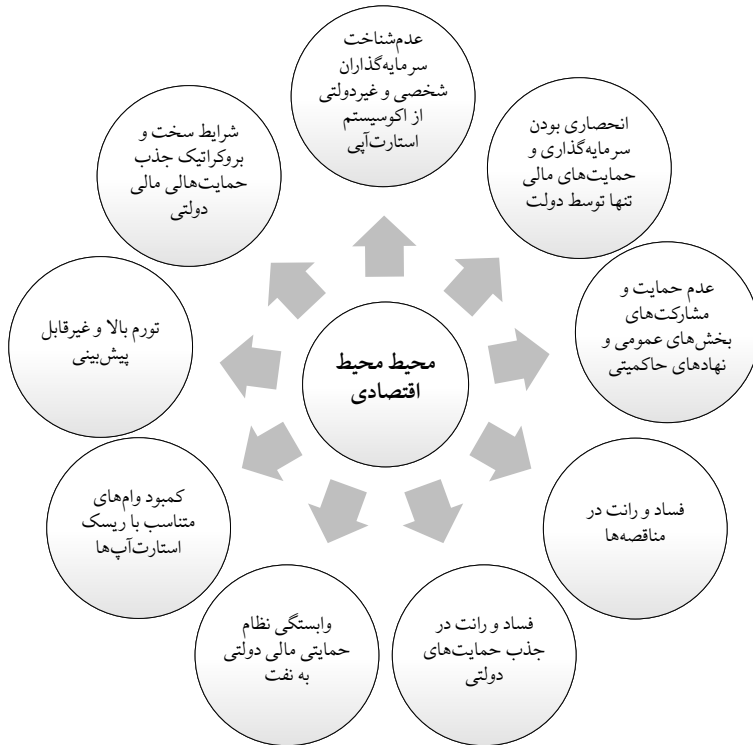


شکل ۱. عوامل محیط حقوقی-دولتی



۲-۴. تم، بستر یا محیط اقتصادی

در مجموع، این تم نشان دهنده نظام اقتصادی حاکم بر جامعه و زیست بوم استارت‌آپی است که باعث طولانی شدن فرایند تجاری‌سازی فعالیت‌ها و تولیدات آنها و حتی منجر به شکست آنها می‌شود.

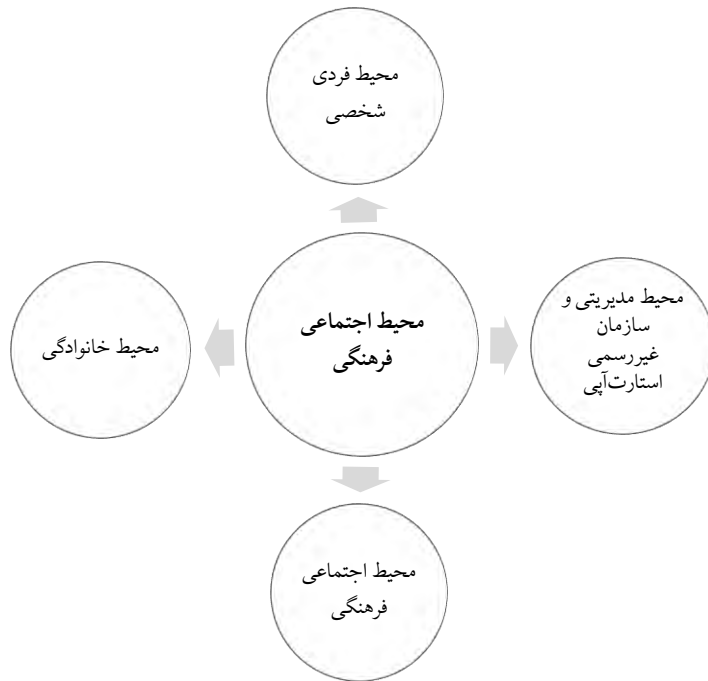


شکل ۱. عوامل محیط حقوقی-دولتی

۳-۴. تم، بستر یا محیط اجتماعی-فرهنگی

این تم یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین مفاهیم است که خود به چند تم کلی دیگر تقسیم شده و هر کدام از این موارد دارای زیرمجموعه‌هایی است که به شرح ذیل ارائه می‌شود. این محیط‌ها شامل: الف) محیط فردی - شخصیتی؛ ب) محیط خانوادگی؛ ج) محیط اجتماعی - فرهنگی؛ و د) محیط مدیریتی و سازمان غیررسمی استارت‌آپی.





شکل ۳. عوامل محیط اجتماعی فرهنگی

الف) محیط فردی - شخصیتی. این محیط خودش به پنج بخش کلی دیگر شامل موارد ذیل تقسیم می‌شود (به دلیل گستردگی عوامل در پنج زیرعنوان دسته‌بندی شده‌اند):

۱. مهارت‌ها شامل: مهارت‌های فنی، مهارت‌های انسانی (اخلاقی)، مهارت‌های ارتباطی - اجتماعی، مهارت‌های دانشی (اعم از رسمی یا غیررسمی)؛
۲. ویژگی‌های شخصیتی شامل: توانایی‌های ذهنی، فیزیکی و رفتاری، شخصیت فرا اجتماعی، ثبات روانی عاطفی، تأکید و پافشاری بر استقلال مالی و خوداشتغالی، ارزش‌های فردی، همدلی؛
۳. ویژگی‌های توانمندساز شامل: ویژگی‌های خودهدایتی، انعطاف پذیری، خودباوری، دیگرهدایتی، حمایت اجتماعی، برون‌گرایی، توافق‌پذیری، ماجراجویی، وظیفه‌گرایی، اشتیاق و میل به پیشرفت، نگرش نسبت به تغییر، جدیت، تفکر خلاق؛



۴. عوامل کشتی شامل: رویدادهای زندگی، محدودیت‌های خانوادگی، محرومیت‌های اجتماعی، ایدئولوژی (میزان دینداری، اعتقاد به ارزش‌هایی چون عاقبت‌به‌خیری، کسب روزی برای دیگران یا روزی‌رسانی، خیرخواهی، طلب آموزش برای والدین)؛

۵. تجربیات گذشته شامل تجربیات ناموفق و موفق قبلی در حوزه استارت‌آپی، تجربیات کاری اداری در بخش دولتی یا خصوصی.

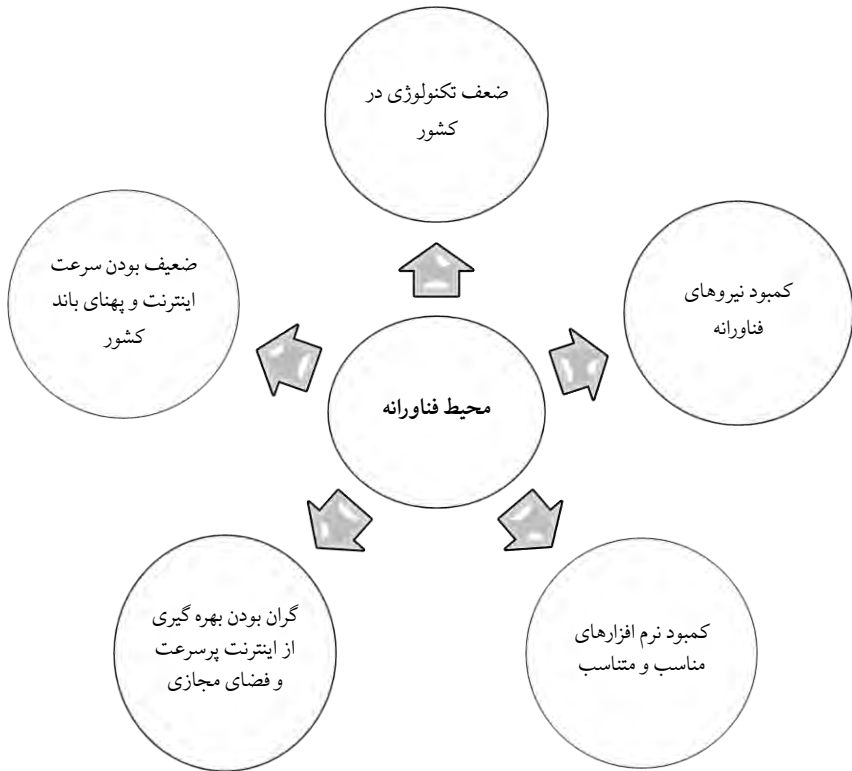
ب) محیط خانوادگی. محیط خانوادگی به‌طور غیرمستقیم در مراحل ترغیب به فعالیت استارت‌آپی، خلق ایده‌های استارت‌آپی و فرایند استارت‌آپ تا رسیدن به محصول و سودآوری، نقش آفرین و اثرگذار است.

وضعیت دوگانه خانواده به لحاظ محرومیت اقتصادی یا اجتماعی (به‌طوری‌که خانواده‌هایی که دارای محرومیت اقتصادی هستند از یک طرف نیروی محرک جوانان جهت خلاصی از این وضعیت و کمک به خانواده است و از طرفی باعث انفعال می‌شود. درخصوص محرومیت اجتماعی شامل وضعیت تحصیلات، اعتیاد، زندانی بودن و حتی نقص عضو نیز نظیر شرایط بالا موقعیتی دوگانه دارد. از سوی دیگر وضعیت مناسب و خوب خانواده به لحاظ اقتصادی و اجتماعی نیز تیغ دولب محسوب می‌شود؛ از یک طرف فرزندان را تشویق به فعالیت‌های خلاق و ریسکی می‌کند و از طرفی مانع رشد و ترقی آنها به این لحاظ که ما نیازی نداریم و به اندازه خودمان دارای منزلت و توان اقتصادی هستیم، می‌شود. همچنین انگاره‌های ذهنی و ارزش‌های خانوادگی (میل به پیشرفت، خلاقیت، استقلال مالی - شخصیتی، بزرگ فکر کردن) در محیط خانواده حائز اهمیت است.

ج) محیط اجتماعی-فرهنگی. محیط اجتماعی-فرهنگی کاملاً پیچیده و به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در زیست بوم استارت‌آپی نقش دارد. مهمترین حوزه تأثیرگذاری آن رواج ارزش‌ها و باورهایی در قالب فرهنگ در جامعه است که به نوعی در ذهن تک‌تک افراد جامعه نقش بسته است. از جمله این فرهنگ‌ها می‌تواند به این موارد اشاره کرد: (۱) فرهنگ کارآفرینی؛ (۲) فرهنگ ارزش آفرینی؛ (۳) فرهنگ پذیرش ایده‌های جدید؛ (۴) فرهنگ تفکر خلاق؛ (۵) فرهنگ ریسک‌پذیری؛ (۶) فرهنگ و نگرش جنسیتی نسبت به کار؛ (۷) فرهنگ کارمندپروری و حقوق‌بگیری.

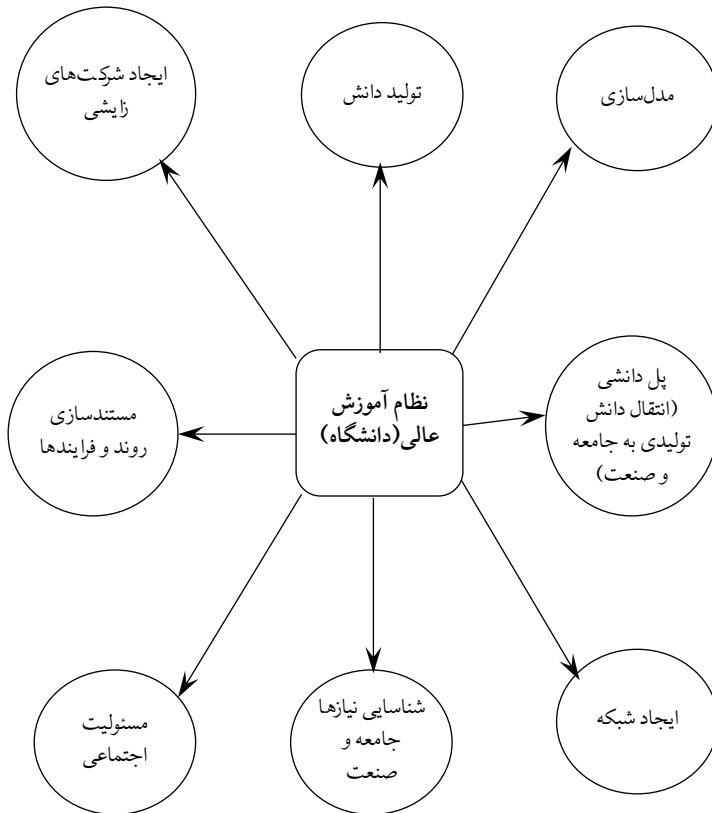
د) محیط مدیریتی و سازمان غیررسمی استارت‌آپ. محیط موجود در زیست بوم استارت‌آپی به دلیل وجود نظام عرضی به جای سلسله‌مراتبی و عدم آموزش افراد و کمبود مهارت‌های اجتماعی در برخورد با مشکلات و تعارض منافع، اغلب به‌جای سازنده بودن تخریبی است. همچنین تعریف نامشخص و مبهم از مفاهیم کار، شغل، نقش، دستمزد، رابطه کارگر و کارفرما، شرایط کار و... نیز نقش مضاعفی دارد.

ه) محیط فناورانه. یکی از تفاوت‌های استارت‌آپ با کسب‌وکارهای دیگری که حتی نوآوری و خلاقیت نیز دارند، بهره‌گیری از امکانات و فناوری‌های جدید اینترنت و فضای مجازی جهت کاهش هزینه‌ها و افزایش سرعت انتشار و رشد در جامعه است.



شکل ۴. عوامل محیط فناورانه

و) محیط آموزشی، پژوهشی، پرورشی. چنانچه محیط آموزشی، پژوهشی، پرورشی را حامل نقش پشتیبانی و حمایتی بدانیم، نقش‌ها و کمبودهای مختلفی دارد که در شکل شماره (۵) به تصویر کشیده شده است:



شکل ۵. عوامل محیط نظام آموزشی

۵. بحث و نتیجه‌گیری

در این قسمت به تحلیل هر یک از مقوله‌ها و تم‌های مطالعه پرداخته و ضمناً مناسبات و روابط میان آنها در زیست‌بوم استارت‌آپی کشور را بیان خواهیم کرد. زیست‌بوم استارت‌آپی در ایران و جهان بسیار جدید و نوپا است، اما به دلیل اطلاق آنها به دنیای مدرن کنونی بسیار پیچیده و چندوجهی هستند؛ به طوری که اگر یکی از پایه‌های چندگانه آن (در اینجا



براساس مطالعات و نتایج این تحقیق پایه‌های آن را در ۵ بستر ارائه کردیم) با دیگر پایه‌ها، متناسب و همراه نباشد، با شکست روبه‌رو خواهد شد. اگرچه اساس یک فعالیت استارت‌آپی همراه با مخاطره و ریسک فراوان هست.

۱-۵. بستر یا محیط اجتماعی-فرهنگی

بستر یا محیط اجتماعی-فرهنگی شامل چهار مورد ویژگی‌های شخصی (سن، جنس)، خانواده، محیط مدیریتی و سازمان غیررسمی/شبکه اجتماعی، جامعه و فرهنگ است که به دلیل گستردگی، هر یک جداگانه بسط داده شدند.

سن. ایده خوب، خلاقانه، به‌روز و موردنیاز جامعه، به همراه سرمایه‌گذار و پول کافی، اگر همراه با نیروی انسانی مناسب نباشد، تشکیل یک مثلث استارت‌آپی را نمی‌دهند. سرمایه‌گذاران ابتدا نیروی انسانی استارت‌آپ را ارزیابی می‌کنند و در کنار یک ایده مناسب، ارزش‌گذاری کرده و حاضر به سرمایه‌گذاری هستند. در اینکه کمیت و کیفیت سن چگونه و چقدر باید باشد اختلاف‌نظرهایی وجود دارد که هر یک بر مبنای بسترهای اجتماعی-اقتصادی خاصی قابل قبول یا رد هستند. اما در کشور ما، معمولاً سن شروع فعالیت در حوزه استارت‌آپی، هم‌زمان با تحصیل در دوره کارشناسی است؛ در این دوران، نوجوانان پرشور، هیجانی، فعال، ریسک‌پذیر، خلاق و دارای حس استقلال هستند. در کنار این ویژگی‌های مثبت یک ویژگی مثبت دیگر وجود دارد که اغلب باعث عدم موفقیت آنها در این دوران می‌شود و آن «ایدئال‌گرایی» است؛ ایدئال‌گرایی در سنین نوجوانی و جوانی مانع از دید جامع به ایده‌ها شده و اغلب تولیدات و خدمات خلق‌شده، یا توان رقابت با نمونه‌های خارجی بر سر قیمت ندارند یا هنوز در جامعه نیاز آن احساس نشده است و به نوعی تجربه ناموفق به حساب می‌آید. اما همین تجربه‌های ناموفق سال‌های اولیه تحصیلی که نیاز مالی آنچنانی نداشته و از طرفی هنوز زیر چتر حمایتی خانواده‌ها (به لحاظ مالی) هستند، باعث پختگی در ایده و اقدامات دیگر آنها شده و پس از چند تجربه ناموفق اکنون در ۲۴ تا ۲۶ سالگی آماده راه‌اندازی یک استارت‌آپ قابل قبول هستند که مخاطرات کمتری دارند. طبق گفته اغلب مصاحبه‌شوندگان، خالص سن هم اهمیت چندانی ندارد، بلکه ترکیب آن با تجربه است که اهمیت و ارزش آن را دوچندان می‌کند.





همچنین سن بهینه به لحاظ تجربیات جهانی ۳۰ تا ۴۰ سالگی است. در مجموعه مورد مطالعه، کسانی که درگیر اولین تجربه استارت‌آپی خود بوده و تحت حمایت یک شتاب‌دهنده قرار گرفتند دارای میانگین 3 ± 23 هستند. کمترین سن مربوط به توسعه‌دهنده‌ها^۱ (برنامه‌نویس و طراح) است که اغلب زیر ۲۰ سال و فاقد مدرک تحصیلی اما متخصص^۲ بوده و بیشترین حقوق و هزینه را به خود اختصاص می‌دهند (ضمن آنکه اغلب اوقات ارزش‌گذاری سرمایه‌گذاران از استارت‌آپ، علاوه بر ایده، بر مبنای توسعه‌دهنده آن است). در همین راستا بیشترین سن مربوط به مدیران مالی است که معمولاً بالای ۳۵ سال داشته و دلیل آن هم تجربه کافی در این حوزه است. میانگین سنی افراد مورد مطالعه 4 ± 29 است و تقریباً نزدیک به میانگین سنی فعالان حوزه استارت‌آپی کشور بر مبنای مطالعات صورت گرفته می‌باشد.

جنس. اگر چه ذات استارت‌آپ‌ها به لحاظ جنسی، خنثی و امکان نقش‌آفرینی زنان نیز فراهم می‌باشد اما طبق گزارش‌های موجود، تنها حدود ۶ درصد استارت‌آپ‌ها توسط خانم‌ها راه‌اندازی شده یا یکی از شرکای اصلی هستند. همچنین مطالعات ما نیز نشان از کم‌رنگ بودن فعالیت و مشارکت زنان در این زیست بوم دارد. در ایران مشارکت زنان در استارت‌آپ‌ها بیشتر در حوزه کارورزی و نیروهای اجرایی است تا شرکای اصلی و برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران استارت‌آپ؛ که آن نیز بیشتر زمانی است که استارت‌آپ در حال بزرگ شدن و تبدیل به شرکت است. در مجموع استارت‌آپ‌هایی که تمام شرکا و تیم اصلی را خانم‌ها تشکیل دهند بسیار کم و از طرف دیگر میزان موفقیت آنها نیز بسیار کمتر است. اما از طرفی آنها توانسته‌اند با این میزان درصد محدود، جزء ۱۰ مورد استارت‌آپ برتر کشور قرار بگیرند. نمونه آن استارت‌آپ «گُمدا» در شیراز است.

شاید دلیل حضور کمتر خانم‌ها در این زیست بوم را (از قول اغلب مصاحبه‌شوندگان و مقالات موجود) بهره‌گیری آنان (زنان) از احساسات و عواطف بیشتر، تحمل کمتر جهت انجام کارهای سخت (تحت فشار جسمی و روانی) و زمان‌بر، ریسک‌پذیری پایین،

1. Developer

۲. در بخش آموزش عالی و دانشگاه بیشتر به آن خواهیم پرداخت.

تاب‌آوری پایین‌تر، انعطاف کمتر و همچنین عدم پذیرش شکست دانست که بخشی از اینها، مشخصات جنسی است و برخی جنسیتی. ویژگی‌های جنسیتی آن بیشتر برگرفته از فرهنگ و نظام مردسالاری است که طی هزاران سال در ذهن و فکر همه رسوخ کرده و توسط خانواده، آموزش و پرورش و رسلنه‌ها بازتولید می‌شود. در این میان نقش خانواده‌ها به عنوان بستر اجتماعی فرهنگی جامعه که امکان بروز خلاقیت، ریسک‌پذیری و تاب‌آوری را ایجاد می‌کند، دوچندان است. اما تجربه موجود نشان داده، زنان به دلیل دقت و نظم در کار، معمولاً به‌عنوان نیروهای اجرایی و پشتیبانی بسیار مناسبی برای استارت‌آپ‌ها به‌شمار می‌آیند.

۳-۵. محیط مدیریتی و سازمان غیررسمی / شبکه اجتماعی

هر کسب‌وکاری برای موفقیت نیاز به یک تیم مدیریتی قوی دارد. وجود ناهماهنگی و ضعف در بخش مدیریت می‌تواند باعث ضعف بخش‌های دیگر و در نهایت شکست استارت‌آپ شود. یکی از دغدغه‌های استارت‌آپ‌های ایرانی مدیریت و تیم مدیریتی است. این دغدغه در سایر کشورها نیز مطرح است. از دلایل عمده شکست تیم مدیریتی در استارت‌آپ‌های کشور، مشکلات ناشی از عدم هماهنگی بین مؤسسان، و همچنین مشکلات ناشی از بهره‌نگرفتن از مشاوران کسب‌وکار عنوان شده است. اغلب کشورها برای حل این مشکل، شبکه استارت‌آپی راه‌اندازی کردند. از دیگر مشکلات تیم مدیریتی استارت‌آپ‌ها، خاصه ایرانی، داشتن تنها دید فنی است. در همین رابطه مهارت‌های پایین اعضای تیم‌های استارت‌آپی ایران در حوزه بازار و کسب‌وکار (مانند کمبود تجربه در صنعت مربوطه، کمبود مهارت‌های کارآفرینی، تیم فروش کم‌تجربه، تخصص کم، خلاقیت پایین در بازاریابی، برندینگ و سئو ضعیف) از دغدغه‌های اصلی است.

۴-۵. خانواده و روابط خانوادگی

خانواده به‌عنوان یک نهاد شامل پدر، مادر و فرزندان بوده و شاید بتوان به دو گروه تقسیم کرد: گروه اول. خانواده‌هایی که به لحاظ اقتصادی، تحصیلی و منزلت اجتماعی در حد متوسط به بالا بوده که معمولاً هزینه و دقت بیشتری را جهت تحصیل فرزندان در مدارس بهتر و انتخاب رشته‌های فنی و مهندسی کرده، پس بستر مناسب‌تری جهت بروز خلاقیت و قرار گرفتن در جو و شبکه ارتباطی نخبگان فراهم آورده است. این خانواده‌ها در تجربیات





اولیه استارت‌آپی فرزندان که معمولاً به شکست منتهی می‌شود حمایت کرده و عامل محرک و ریسک‌پذیری فرزندان به حساب می‌آیند. نکته اساسی دیگر آنکه اغلب راه‌اندازان استارت‌آپ به دلیل آنکه استارت‌آپ‌ها در حیطه‌های فنی و مهندسی هستند، تحصیل‌کردگان دانشگاه‌های فنی معتبر پایتخت بوده و به دلیل جو اجتماعی حاکم بر خانواده‌ها و شبکه دوستانی که دارند، اغلب در فکر مهاجرت به سایر کشورها هستند. پس به دلیل نداشتن یک طرح بلندمدت برای زندگی در کشور و امکان مهاجرت، اکثر اقداماتشان با مخاطره روبه‌رو شده و ناموفق است.

گروه دوم، خانواده‌هایی که به لحاظ اقتصادی و تحصیل در حد متوسط و پایین هستند. اغلب این خانواده‌ها درگیر یکی از آسیب‌های اجتماعی شامل فقر، اعتیاد، زندانی یا نقص عضو یکی از اعضای خانواده هستند. طبق نظریه محرومیت، این نوع خانواده‌ها، اگرچه امکان کمک مالی و مشورتی را برای فرزندان خود ندارند، اما به نوع دیگری محرک تلاش بیشتر فرد برای کمک به خود و خانواده است. چرا که به‌طور قطع، از طرف خانواده خود هیچ کمک و حمایتی نخواهد داشت و فرد احساس مسئولیت بیشتری کرده و بار خانواده را با تلاش بیشتر و احتمال موفقیت بیشتر با فعالیت‌های استارت‌آپی به دوش می‌کشد. اغلب توسعه‌دهندگان از این گروه خانواده هستند که معمولاً به‌جای مشارکت در فرایند یک استارت‌آپ، حقوق بالایی دریافت کرده و خدمات خود را ارائه می‌دهند؛ چون امکان حداقل یک تا سه سال کار بدون مزد به امید احتمال موفقیت (در مقابل اکثریت تجربیات ناموفق) را ندارند.

۵-۵. فرهنگ و جامعه

همان‌طور که پیش‌تر نیز توضیح داده شد، رواج و بازتولید ارزش‌ها و باورهای در قالب فرهنگ در خانواده‌ها و جامعه باعث نقش بستن آن در ذهن تک‌تک اعضای خانواده‌ها و جامعه شده است. برخی از این ارزش‌ها و باوری که در حوزه کسب‌وکار و آینده وجود دارد، مثبت و عامل پیش‌برنده فرایند استارت‌آپی است و برخی دیگر عامل بازدارنده هستند. فرهنگ‌های منفی یا بازدارنده شامل فرهنگ و نگرش جنسیتی نسبت به کار و فرهنگ کارمندپروری و حقوق‌بگیری است و فرهنگ‌های مثبت و پیش‌برنده شامل فرهنگ کارآفرینی، ارزش‌آفرینی، پذیرش ایده‌های جدید، تفکر خلاق و ریسک‌پذیری و اعتماد به

جوانان هستند. اما دو مفهوم جدید طی این مطالعه شناسایی و مفهوم‌پردازی شده که طی مطالعات سال‌های آتی بیشتر به آنها خواهیم پرداخت. این دو مفهوم که به نوعی به هم پیوسته و درهم تنیده هستند شامل نظام پاداش‌دهی اجتماعی و ایجاد ارزش‌های کاذب اجتماعی در خصوص استارت‌آپ‌هاست.

به عقیده نگارنده، محیط اجتماعی، ایده‌ها و فرصت‌های کارآفرینانه را برای افراد مهیا می‌سازد، و البته می‌تواند حوزه عمل آن‌ها را نیز محدود کند. بنابراین، می‌توان گفت سهولت راه‌اندازی و عوامل اجتماعی-فرهنگی، علاوه بر تأثیر بر نگرش، می‌توانند بر درک امکان‌پذیری رفتار مؤثر باشند. همچنین براساس نظریه شناختی اجتماعی بندورا^۱ (۱۹۸۶)، محیط‌های اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری شناخت افراد و متعاقباً رفتار آن‌ها دارند.

به‌طور مشابه، نظریه پردازش اطلاعات اجتماعی سلنسلیک و پیفر^۲ (۱۹۷۸) بستر اجتماعی‌ای که در آن، کارآفرینی رخ داده و چگونگی تأثیر این بستر بر کنش‌های کارآفرینانه را مورد تأکید قرار داده است. بر این اساس، ارزش‌ها و رفتارهای خانواده، الگوهای نقش، اقدامات تشکیل‌دهنده اجتماعی، نگرش سایر افراد و نهادهای جامعه و سهولت راه‌اندازی، می‌توانند به فرد القا کنند که تولدانی انجام رفتار کارآفرینانه اجتماعی را دارد و از این رو، بر کنترل رفتاری درک شده و متعاقباً قصد و نیت آنها، اثرگذارند.

نظریه ساختاربندی گیدنز^۳ (۱۹۸۴) نیز از تعامل میان کنش افراد و ساختارهای اجتماعی سخن می‌گوید. در همین رابطه هزینه‌های بالای زندگی، نگاه نامناسب جامعه به افراد شکست‌خورده در کسب و کار و هزینه‌های مالی و غیرمالی دیگری که به افراد شکست‌خورده تحمیل می‌شود، باعث کاهش گرایش افراد جامعه به سمت فعالیت‌های کارآفرینی و استارت‌آپی شده است. درحالی که در کشور ما با توجه به شرایط متفاوت و نیروی جوان تحصیل‌کرده و مستعد، می‌توان با سوق افراد به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه پیشرفت اقتصادی چشمگیری حاصل کرد.

1. Bandura
2. Salancik & Piffeffer
3. Giddens



۵-۶. نظام آموزشی، دانشگاه، رشته تحصیلی

اگر دو مفهوم آموزش و یادگیری را از هم جدا کنیم. اولی را مرتبط با رشته تحصیلی دانشگاهی و رسمی در نظر بگیریم و یادگیری را فردی و خارج از نظام رسمی دانشگاهی تصور کنیم، در فضای کشور ایران یادگیری به طور کامل و به سهولت امکان پذیر است. چرا که منابع داخلی و خارجی به میزان کافی در بستر اینترنت موجود است و امکان دسترسی به آنها با تسلط به زبان انگلیسی وجود دارد. پس هر کسی در هر جایی و در هر سنی امکان یادگیری را دارد کما اینکه اکثر برنامه نویسان و طراحان موجود در کشور را نوجوانان زیر ۲۰ سال که اساساً هیچ تحصیلات دانشگاهی ندارند، تشکیل می دهند. کسانی که تنها مدرک تحصیلی شان دیپلم و حتی شاید دیپلم هم نباشد. برای این گروه، نظام آموزشی مدرسه اهمیت دارد که آنها را خلاق و ریسک پذیر بار آورده باشد، اما اساس تحصیلات ابتدایی تا متوسط هم مبتنی بر حفظیات است.

از طرف دیگر آموزشی که مبتنی بر نظام رسمی آموزش عالی کشور و دانشگاه است. طبق تحقیقات انجام شده در داخل کشور می توان گفت نظام آموزش عالی، نسبتی با زیست بوم استارت آپی ندارد. از یک طرف آموزه های این نظام با دنیای واقع (صنعت و جامعه) همخوانی ندارد و اساساً جنس یادگیری دانشگاه ها با کاربرد آن در بیرون از دانشگاه متفاوت است؛ ضمن آنکه فضای عمومی دانشگاه های کشور، خاصه دانشگاه های درجه یک فنی و مهندسی به جای آموزش خلاقیت، مسئولیت اجتماعی-اخلاقی، تعلق و هویت ملی، مشارکت و مجموعه مهارت های اجتماعی و ... زمینه های مهاجرت آنها به دیگر کشورها را آموزش داده و فراهم می کنند. این دقیقاً همان مشکلی بود که در بحث نیروی انسانی مطرح شد.

اگرچه در بسیاری از دانشگاه ها در ایران مراکز نوآوری، شتاب دهنی و قطب های علمی ایجاد شد، اما از یک طرف، تسلط سیاست های حاکمیت و نظام سیاسی بر نظام آموزشی و حتی زیست بوم استارت آپی باعث شده تنها حوزه فناوری مورد سرمایه گذاری و حمایت قرار گرفته و به طور مثال، استارت آپی با هدف و ترویج کتاب خوانی در کشور مورد حمایت دانشگاه ها نداریم. از طرف دیگر این مجموعه ها اگر قرار است استارت آپی را مورد حمایت مالی و غیرمالی قرار دهند، در قالب قانون نانوشته ای، می خواهند و می بایست از تمامی امور آن مجموعه



(استارت‌آپ) اطلاع داشته و در آن دخالت و راهبری کنند. درحالی‌که یکی از ویژگی‌های سرمایه‌گذاری در نظام استارت‌آپی، آزادی عمل و فعالیت‌ها در تمامی امور است. همچنین عدم تکامل زنجیره تحقیق و توسعه در دانشگاه‌ها و صنعت و همچنین زنجیره دانشگاه، صنعت و استارت‌آپ، به طوری‌که دانشگاه آموزش لازم را بدهد، صنعت نیازها را شناسایی و ایجاد کرده و استارت‌آپ‌ها، به پشتوانه دانشگاه‌ها، پاسخگوی نیازهای صنعت و جامعه باشند. از سوی دیگر تقریباً تمامی جامعه مورد پرسش، اذعان داشتند که رشته تحصیلی و دانشگاهی، کمترین نقش را در پیشبرد اهداف و موفقیت آنها در فرآیند فعالیت‌های استارت‌آپی بازی کرده و می‌کنند. اما نکته اساسی و نقش دانشگاه در این حوزه (استارت‌آپ‌ها) همانطور که فیچر و تیمان^۱ (۲۰۱۸)، (۵۱۸) می‌گویند، ایجاد پاتوق یا امکان ایجاد یک شبکه از متخصصان است که شرایط مشارکت جهت راه‌اندازی و تکمیل کادر سازمان استارت‌آپی را ایجاد می‌کند.

طبق بررسی‌های داخلی و خارجی در مورد رشته‌های علوم انسانی، مسیرهای شغلی این رشته‌ها در ابهام قرار دارد. به بیان دیگر، درحالی‌که سایر رشته‌های فنی و مهندسی در زیست‌بوم استارت‌آپی نقش داشته‌اند، این رشته‌ها با افت مواجه بوده‌اند. فارغ‌التحصیلان رشته‌های علوم انسانی با فرصت‌های شغلی کمتری در بازار رسمی روبه‌رو بوده و مشکلات خاص رشته خود را دارند. همچنین استارت‌آپ‌ها نیز تمایلی نسبت به استخدام افراد با مدارک علوم انسانی ندارند؛ درحالی‌که یکی از کمبودهای این زیست‌بوم که باعث شده آنها را با مخاطره خاصه در حوزه مدیریت داخلی و ارتباط با مشتری روبه‌رو کند، فقدان بهره‌گیری از علوم انسانی است.

۵-۷. بستر اقتصادی

اگر اقتصاد را زیربنای پدیده‌های اجتماعی فرض نکنیم، قطعاً یکی از عوامل بسیار مهم و تأثیرگذار بر زیست‌بوم استارت‌آپی است. به نظر می‌رسد بستر اقتصادی که غالب آن دولتی است، در قالب ۷ محور، امکان مداخله‌گری در زیست‌بوم استارت‌آپی را داراست: (۱) حوزه سرمایه‌گذاری شامل وام‌های دولتی، سرمایه‌گذاری دولتی، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و سرمایه‌گذاری خارجی؛ (۲) حوزه تورم و نوسانات ارزی؛ (۳) حوزه عدم شفافیت و رانتی





بودن مناقصات؛ ۴) حوزه زمان (هزینه فرصت) برای سرمایه‌گذاران و راه‌اندازان استارت‌آپ؛ ۵) حوزه امکان رقابتی شامل کیفیت و قیمت؛ ۶) حوزه اقتصاد سیاسی (حمایت‌های مبتنی بر سیاست حاکمه)؛ ۷) حوزه صادرات (مهاجرت) نیروی انسانی خاصه نیروی انسانی متخصص

۱-۷-۵. حوزه سرمایه‌گذاری

مهم‌ترین چالش محیط بیرونی استارت‌آپی، مربوط به تأمین مالی و سرمایه‌گذاری است. به طوری که ناقص بودن زنجیره تأمین مالی طرح‌های نوآور و شرکت‌های نوپا، نبود بسترهای حقوقی برای سرمایه‌گذاری خطرپذیر، نوپا بودن نهادهای متولی در نظام مالی کشور و عدم توجه به جنبه‌های اقتصادی این زمینه، باعث عدم ورود جدی افراد به حوزه سرمایه‌گذاری خطرپذیر شده است. در این حوزه، سیاست‌گذاری دولت اغلب نادرست و نامتناسب است به طوری که: به استارت‌آپ‌ها وام می‌دهد تا به جای ذهن خلاق، مهمترین دغدغه زندگی‌شان بدهی به دولت باشد.

از طرفی در بخش سرمایه‌گذاری‌های دولتی چند مشکل وجود دارد: نخست، به لحاظ زمانی، به قدری بروکراسی اداری طولانی و دست‌وپاگیر است که گاهی فرایند جذب سرمایه از حیض انتفاع خارج می‌شود. برای همین اغلب استارت‌آپ‌ها علاقمند به دریافت کمک‌های دولتی نیستند. دوم، معمولاً حمایت‌های دولتی در قالب مراکز رشد، نوآوری، قطب‌های علمی و... که در دانشگاه‌ها متمرکز هستند ارائه می‌شود که آن هم مشکلات و مخاطره‌های خاص خود را دارد و تحلیل آن نیازمند مجال و مطالعه بیشتر است. سوم، تقریباً تمامی حجم حمایتی دولت بر حوزه فناوری متمرکز شده و برای ایده‌های غیرفناورانه امکان ظهور ایجاد نمی‌کند.

۲-۷-۵. حوزه عدم شفافیت و رانتی بودن مناقصات

در شرایطی که تأمین سرمایه به نوعی دارای مخاطره است، استارت‌آپ‌ها برای اینکه بتوانند وابستگی خود را به سرمایه‌گذار کمتر کرده و امکان استقلال بیشتری پیدا کنند، نیازمند بهره‌مندی از بازار مناقصات دولتی هستند اما فساد در این فرایند و اقتصاد رانتی مانع از این مهم شده و همچنان زیست‌بوم استارت‌آپی در مخاطره قرار می‌گیرد.

۳-۷-۵. حوزه زمان (هزینه فرصت)

«زمان» نقش بسیار مهمی را در زیست‌بوم استارت‌آپی بازی می‌کند؛ از یک طرف ایده خلاق و ناب تا زمانی معین در اختیار یک فرد یا گروه است و پس از آن چندین گروه امکان فعالیت روی آن را خواهند داشت. ضمن آنکه استارت‌آپ‌های خارجی ممکن است بازار کشور را اشباع کرده و مزیت نسبی و قیمتی از دست خواهد رفت. از طرف دیگر، به دلیل بی‌ثباتی در شرایط اقتصادی کشور اعم از تورم و نوسانات ارزی، چنانچه سرمایه لازم توسط سرمایه‌گذار مثلاً چندماه دیرتر تأمین شود، تمامی محاسبات و برنامه‌ها با مخاطره روبه‌رو می‌شود و اخذ دوباره هزینه در سرمایه‌گذاری بر مبنای شرایط جدید، کار مشکلی است. نکته دیگر و حائز اهمیت آنکه هزینه فرصت برای شرکای اصلی استارت‌آپ در این شرایط بالا رفته و اغلب، کسی حاضر به فعالیت به عنوان سرمایه‌گذاری زمانی (یعنی برداشت سود و دستمزد در آینده) در شرایط مخاطره‌آمیز و احتمال موفقیت محدود، نمی‌باشد. پس به نوعی زیست‌بوم استارت‌آپی در این شرایط از بازیگران اصلی و واسطه خالی می‌شود.

۴-۷-۵. حوزه تورم و نوسانات ارزی

به طوری که در بخش زمان و هزینه فرصت مطرح شد، تورم و نوسانات ارزی بسیاری از برنامه‌ریزی‌ها و محاسبات استارت‌آپی را با مخاطره روبه‌رو می‌کند. نوسانات بازار و عدم تعادل آن بسیاری از معادلات سرمایه‌گذاران و بازیگران داخلی استارت‌آپ‌ها را بر هم زده و با مشکل و مخاطره روبه‌رو می‌کند. قیمت تمام‌شده محصولات و خدمات که گاهی تولید آن یک تا سه سال طول می‌کشد، در این شرایط بی‌ثبات اقتصادی، گاهی اساس کار یک استارت‌آپ را با مخاطرات فراوان روبه‌رو کرده و منجر به شکست و متلاشی شدن آنها و ضرر و زیان سرمایه‌گذار و جوانان و سرخوردگی آنان می‌شود.

۵-۷-۵. حوزه امکان رقابتی

استارت‌آپی که مزیت رقابتی نداشته باشد، اساساً استارت‌آپ محسوب نمی‌شود. در این شرایط که انحصار بازار در اختیار اوست نیازی به رقابت ندارد و تنها رقبای او سنت‌های بازار و جامعه است که به دلیل تکنیک‌زدگی جامعه، معمولاً پیروز خواهد شد. اما نکته اساسی در بازار، بی‌ثباتی، رانته بودن آن، تورم و زمان است که یک کالا یا خدمات



انحصاری و عدم نیاز به رقابت را در شرایط مخاطره قرار می دهد و گاهی نمونه های خارجی یا نمونه های موجود قدیمی و سنتی، انحصار را از دست استارت آپ ها خارج کرده و دستاوردهای آنها را با مخاطره روبه رو می کند. در کنار موارد فوق، قابلیت های بازاریابی نیز بر عملکرد تأثیر مثبتی دارد.

بررسی وضعیت زیست بوم استارت آپ های ایران نشان می دهد که استارت آپ ها با چالش تناسب محصول با بازار و ورود به مرحله رشد مواجه هستند. در واقع، ممکن است استارت آپ ها به شکل درستی نیازهای بازار و مشتریان را نسنجند. در نتیجه، با ارائه محصول نامناسب در جذب مشتریان با مشکل مواجه شود. در صورتی که شناخت صحیحی از بازار وجود نداشته باشد، محصول برای بازار جذابیت و کشش نخواهد داشت و این دلیلی است که موجب شکست بسیاری از استارت آپ ها می شود.

۵-۷-۶. حوزه اقتصاد سیاسی

این حوزه از سایر حوزه های اقتصاد که متأثر از سیاست های دولتی است جدا نیست و شاید اساس شرایط نابسامان اقتصادی در حوزه استارت آپی باشد. این حوزه بسیار پیچیده و درهم تنیده است که بخشی از سرمایه گذاری اندک دولتی در حوزه استارت آپی را تبدیل به وام کرده، جو حاکم استارت آپ ها را به سوی فعالیت های حوزه تکنولوژی راهنمایی و مدیریت کرده، مانع از حفظ نیروی انسانی ماهر، متخصص و خلاق شده، باعث ایجاد فضای اقتصادی نوسانی و اقتصاد رانتهی شده و در نهایت، فشار در امور بروکراسی و مناقصات را رقم زده است.

۵-۷-۷. حوزه صادرات نیروی انسانی متخصص

به طوری که پیش تر توضیح داده شد، نیروی انسانی رکن اساسی فرایند استارت آپ است. در بخش دیگر در خصوص ارزش گذاری استارت آپ ها جهت سرمایه گذاری نیز سخن گفتیم که گاهی با اضافه یا کم شدن یک نیروی متخصص (خاصه برنامه نویسی یا مدیر)، ارزش یک استارت آپ دو برابر یا نصف می شود. با این وجود به نظر می رسد سیاست گذاران این حوزه و مجموعه حاکمیت، ارزش نیروی انسانی ماهر، خلاق، ریسک پذیر و باهوش را کمتر درک کرده و اقدامات محدودی را جهت جذب آنها و جلوگیری از مهاجرت آنها انجام می دهد.



همچنین نیروی انسانی صادر شده به محض ورود در کشوری دیگر به راحتی جذب دانشگاه‌ها و استارت‌آپ‌های آنها شده و پتانسیل لازم جهت توسعه آنها را فراهم می‌آورد.

۵-۷-۸. بستر یا نظام حقوقی دولتی

در بخش اقتصادی و نظام آموزش عالی، نقش دولت، سیاست‌ها و جو حاکم بر آن و نسبت آن با شرایط جامعه نشان دادیم که چگونه می‌تواند زیست‌بوم استارت‌آپی را متأثر کرده و آن را با مخاطره روبه‌رو کند. در بخش حقوقی-قانونی نیز می‌توان گفت دولت با کاهش زمان و فرایند بروکراسی و اصلاح و بازنگری قوانین دست‌وپاگیر و مزاحم زیست‌بوم استارت‌آپی نظیر قوانین کار، تجارت، بیمه و مالیات، همچنین فراهم ساختن شرایط تصویب و اصلاح قوانین حاکمیت حقوقی-فکری و جلوگیری از تفسیر به رأی قوانین و دستورالعمل‌ها، می‌تواند زمینه مناسب را جهت رشد و گسترش زیست‌بوم استارت‌آپی فراهم کند. دولت می‌تواند مهم‌ترین پیشران توسعه کارآفرینی نوپا در کشورهای در حال توسعه‌ای چون ایران باشد. برنامه اقدام استارت‌آپ هند^۱ یکی از نمونه‌های مداخله دولت در زیست‌بوم کارآفرینی و روند توسعه استارت‌آپ‌ها است. همچنین برخی معتقدند که سیاست‌گذاری‌های آینده‌نگر دولت است که می‌تواند منجر به ظهور شرکت‌های بسیار موفق‌تری چون گوگل، اپل و غیره بشود. همچنین بیشتر استارت‌آپ‌های موفق آمریکا، در مراحل اولیه رشد خود از حمایت‌های دولتی بهره‌مند شده بودند.

۸-۵. بستر فناورانه

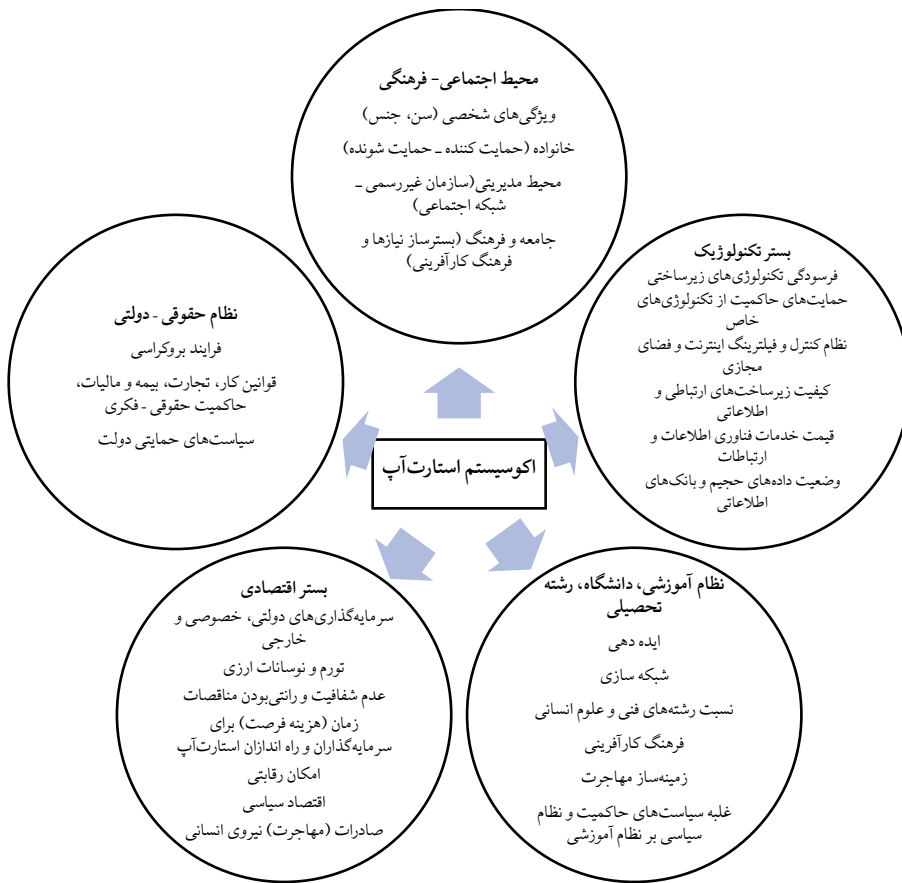
این بستر یا محیط نیز برگرفته از نظام اقتصاد سیاسی حاکم بر دولت و جامعه تکنیک‌زده^۲ بوده و از طرف دیگر به دلیل تحریم، فناوری‌های زیرساختی، فرسوده و قدیمی است. همچنین حاکمیت، به دنبال فناوری‌های خاصی است که زمینه فعالیت استارت‌آپ‌ها و مجموعه‌های دانش‌بنیان را به سمت آنها راهنمایی و هدایت می‌کند. از سوی دیگر، نظام کنترل و فیلترینگ اینترنت و فضای مجازی نیز علاوه بر اشکالات زیرساختی برای استارت‌آپ‌ها، آزادی

1. India Startup Action Plan

۲. برای درک بهتر تکنیک‌زدگی ر.ک: اشتري، اباذر (۱۳۹۹). آموزش عالی به مثابه تکنولوژی و نقش آن در بحران‌های زیست محیطی. در کتاب جستارهای آموزش عالی و بحران‌های زیست محیطی.



محتوایی و اجرایی فعالیت‌های آنان را نیز تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. کیفیت پایین زیرساخت‌های ارتباطی و اطلاعاتی مانند پهنای باند و سرعت اینترنت و مراکز داده، بالابودن قیمت خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشور، زیرساخت نامناسب برای بهره‌برداری از فناوری‌های جدید همچون تحلیل داده‌های حجیم و ارتباطات سیار نیز از جمله مواردی است که سبب دشواری در دسترسی به زیرساخت‌های فنی می‌شود.



شکل ۶. نقشه مفهومی عوامل پنج‌گانه مرتبط با استارت‌آپ‌ها (پس از تحقیق)



منابع

- اقتصاد آنلاین (۱۸ اردیبهشت ۱۳۹۶)، توسعه استارت‌آپ‌ها، راهکار رشد اقتصادی کشور. برگرفته از <https://www.eghtesadonline.com/n/v8Q>
- ریز، اریک (۱۳۹۰). نوپای ناب (مترجم: محمدجواد احمدپور و سیدعلی فاطمی خوراسگانی). تهران: نشر ستکا.
- شنبه (۹ اردیبهشت ۱۳۹۵)، استارت‌آپ‌ها، اینگونه دانش بنیان شوند. مجله استارت‌آپی شنبه، برگرفته از <https://shanbemag.com>
- صادقی، فاطمه (۱۳۹۸). استارت‌آپ سازی در ایران. تهران: نشر سخنوران.
- فاوا (۱۳۹۵). موانع داخلی موفقیت استارت‌آپ‌های کشور هسته پژوهشی نوآوری کسب‌وکارهای دیجیتال. نشر الکترونیک.
- الکام استارز (۳۰ تیر ۱۳۹۶). گزارش فارنت از استارت‌آپ‌های حاضر در نمایشگاه الکامپ. برگرفته از <https://farnet.io/1396/04/184612/elecom-stars-report-1>
- مرکز پژوهشی آرا (۱۳۹۷). چالش‌ها و فرصت‌های استارت‌آپ‌ها در کشور. برگرفته از <https://iranthinktanks.com/the-challenges-and-opportunities-of-startups-in-the-country>
- Fichter, K., & Tiemann, I. (2018). Factors influencing university support for sustainable entrepreneurship: Insights from explorative case studies. *Journal of Cleaner Production*, 175, 512-524. doi: 10.1016/j.jclepro.2017.12.031
- Startup Genome (2011). Startup Genome Report Extra on Premature Scaling, *Startup Genome*, Retrieved from <https://docplayer.net/23983198-Startup-genome-report-extra-on-premature-scaling.html>
- Startup Genome (2017). *Global Startup Ecosystem Report (2017)*, Retrieved from <https://startupgenome.com/reports/global-startup-ecosystem-report-2017>
- UNCTAD (2010). *Science, technology and innovation policy review of the Islamic Republic of Iran*. Retrieved from https://unctad.org/system/files/official-document/dt1stict20163_en.pdf

