



Identifying Environmental Factors Affecting the Success of Iranian Startups

Mojtaba NoorMohammadi Liasi¹, Seyed Mahmoud Shabgoo Monsef^{2*}, Seyed Mozaffar Mirbargkar³

1. Ph. D Student of Business Administration, Faculty of Management and Accounting, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran.

2. Assistant Professor of Department of Business Administration, Faculty of Management and Accounting, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran.

3. Assistant Professor of Department of Business Administration, Faculty of Management and Accounting, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran.

ARTICLE INFORMATION

Article Type: Original Research

Pages: 655-680

Article history:

Received: 30 May 2023

Edition: 25 Jul 2023

Accepted: 16 Oct 2023

Published online: 24 Oct 2023

Keywords:

Startup, Theme Analysis, Start-Up Companies, Factor Analysis.

Corresponding Author:

Seyed Mahmoud Shabgoo Monsef

Address:

Iran, Rasht, Islamic Azad University, Rasht Branch, Faculty of Management and Accounting, Department of Business Administration.

Orchid Code:

0000-0001-5536-5064

Tel:

09113331968

Email:

monsefmahmoud@yahoo.com

ABSTRACT

Background and Aim: start-up is a new business that offers a new solution to solve a problem; many consider it a new culture for new ideas and opposition to the existing ideas, the purpose of which is to solve existing problems in key points. The purpose of this article is to investigate the factors affecting the success of Iranian startups with an emphasis on environmental factors.

Materials and Methods: This article is descriptive-survey. Also, in order to identify the success components of start-ups, a qualitative method based on theme analysis and interviews with 17 experts was used. In the quantitative part, the factor analysis method was used and based on the extracted components, a questionnaire was prepared and given to 100 experts of start-up companies.

Ethical Considerations: In this article, the originality of the texts, honesty and trustworthiness are respected.

Findings: The results of the interviews led to the identification and classification of 4 main components and 29 sub-components. Also, the factor analysis showed that the extracted sub-components are suitable for each of the main components of the research conceptual model and are considered suitable explanations for them. Also, the relationship between the main components and the success component indicates that all components are effective in explaining success.

Conclusion: The results showed that all the components are effective in explaining the success of start-up companies in Iran, and among them, the environmental component has the highest factor load and the most impact in the first priority.

Cite this article as:

NoorMohammadi Liasi N, Shabgoo Monsef SM, Mirbargkar SM. *Identifying Environmental Factors Affecting the Success of Iranian Startups. Economic Jurisprudence Studies. 2023.*



دوره پنجم، شماره پیاپی ۵، سال ۱۴۰۲

شناسایی عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت استارت‌آپ‌های ایرانی

مجتبی نورمحمدی لیاسی^۱، سید محمود شبگو منصف^{۲*}، سید مظفر میربرگ کار^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.
۲. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.
۳. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

چکیده

زمینه و هدف: استارت‌آپ کسب‌وکاری نوپا است که راهکاری جدید به‌منظور حل مسئله‌ای پیشنهاد می‌کند. بسیاری آن را فرهنگ نوینی برای اندیشه‌های نو و خلاقیت بر فراز ایده‌های موجود می‌دانند که غایت آن برطرف کردن مشکلات موجود در نقاط کلیدی است. هدف مقاله حاضر، بررسی فاکتورهای مؤثر بر موفقیت استارت‌آپ‌های ایرانی با تأکید بر عوامل محیطی است.

مواد و روش‌ها: مقاله حاضر، توصیفی-پیمایشی است. برای شناسایی مؤلفه‌های موفقیت استارت‌آپ‌ها از روش کیفی مبتنی بر تحلیل تم و مصاحبه با ۱۷ نفر از کارشناسان استفاده شد. در بخش کمی نیز با استفاده از روش تحلیل عاملی و بر مبنای مؤلفه‌های استخراج‌شده، پرسش‌نامه تنظیم شد و در اختیار ۱۰۰ نفر از کارشناسان شرکت‌های استارت‌آپی قرار گرفت.

ملاحظات اخلاقی: در این مقاله، اصالت متون، صداقت و امانت‌داری رعایت شده است.

یافته‌ها: نتایج مصاحبه انجام‌شده به شناسایی و طبقه‌بندی ۴ مؤلفه اصلی و ۲۹ زیرمؤلفه منجر شد. نیز تحلیل عاملی نشان داد که زیرمؤلفه‌های استخراج‌شده برای هر کدام از مؤلفه‌های اصلی مدل مفهومی تحقیق مناسب و تبیین‌کننده آن‌ها است. نیز ارتباط مؤلفه‌های اصلی با مؤلفه موفقیت، گویای آن است که تمامی مؤلفه‌ها در تبیین موفقیت مؤثر هستند.

نتیجه: نتایج نشان داد، تمامی مؤلفه‌ها در تبیین موفقیت شرکت‌های استارت‌آپ در ایران مؤثر است و در این میان مؤلفه محیطی، بالاترین بار عاملی و در اولویت بیشترین تأثیر قرار دارد. مؤلفه کلان اقتصادی، دولت و نهادهای عمومی، شبکه‌سازی و ارتباطات نیز به ترتیب بیشترین اهمیت بر موفقیت استارت‌آپ‌ها در ایران را دارند.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۶۵۵-۶۸۰

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۰۹

تاریخ اصلاح: ۱۴۰۲/۰۵/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۲۴

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۸/۰۲

واژگان کلیدی:

استارت‌آپ، تحلیل تم، شرکت‌های نوپا، تحلیل عاملی.

نویسنده مسئول:

سید محمود شبگو منصف

آدرس پستی:

ایران، رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت، دانشکده مدیریت و حسابداری، گروه مدیریت بازرگانی.

کد ارکید:

0000-0001-5536-5064

تلفن:

۰۹۱۱۳۳۳۱۹۶۸

پست الکترونیک:

monsefmahmoud@yahoo.com

۱. مقدمه

سبب رشد و پویایی اقتصاد جامعه و ایجاد نوعی از اقتصاد می‌شوند. این‌گونه کسب‌وکارها در حقیقت می‌توانند در رشد اقتصادی کشورها، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی نقش مهمی را ایفا کنند. عصر حاضر تحولات گسترده‌ای را به خود دیده است. تحولاتی که جامعه سنتی و صنعتی را تبدیل به جامعه مدرن امروزی کرده است و تأثیر چشمگیری در اقتصاد جوامع داشته است. برخلاف نقش مؤثر در اقتصاد، استارت‌آپ‌ها با تغییرات و تحولات نوظهوری در محیط‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مواجه هستند که ضرورت شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت یا شکست آن‌ها را بیش از پیش نمایان می‌کند. از سویی دسترسی به اطلاعات در همه جا امکان‌پذیر است، مثلاً می‌توان خرید و مصرف محصولات و خدمات را با چند ضربه بر روی یک گوشی هوشمند انجام داد. این سازمان‌ها در بازارهای متنوعی حضور دارند. برای مثال شرکتی که یک محصول جدید بیوتکنولوژیک را توسعه می‌دهد می‌تواند یک استارت‌آپ باشد که یک وسیله نوآورانه با استفاده از نانوتکنولوژی ایجاد می‌کند (دمرس، ۲۰۱۶، ۵). آنچه در این میان مغفول باقی مانده است تأثیر عوامل محیطی بر موفقیت کسب‌وکارهای استارت‌آپ و نوپا است. در این پژوهش تلاش شده است تا از طریق دو روش کمی و کیفی، ضمن شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های نوپا و استارت‌آپ، با توجه به شرایط خاص کشور ایران نظیر بافت جمعیتی جوان، افزایش ضریب نفوذ رسانه‌های دیجیتال، میزان دسترسی و رغبت به فناوری‌های نوین در سطح جوانان و سرانجام مشکل اشتغال، این عوامل از منظر محیطی مورد بررسی قرار گیرند. بر

استارت‌آپ یک کسب‌وکار نوپا است که راه‌حلی نوین را برای یک مسئله ارائه می‌کند؛ درحالی‌که تضمینی برای موفقیت این کسب‌وکار از طریق راه‌حل ارائه‌شده وجود ندارد. بسیاری استارت‌آپ را فرهنگ نوینی برای اندیشه‌های نو و خلاقیت بر فراز ایده‌های موجود می‌دانند که هدف از آن برطرف کردن مشکلات موجود در نقاط کلیدی است که به‌عنوان پاشنه آشیل راه‌حل‌های موجود شناخته می‌شوند. در بخش دولتی کشورهای پیشرفته، بیش از ۳۰ سال است که توسعه مراکز رشد کسب‌وکارها به‌عنوان سیاست و راهکاری پر طرفدار برای پرورش کارآفرینی و در نتیجه، توسعه پایدار از طریق ایجاد شغل مطرح شده‌اند و فعالیت این مراکز در رشد اقتصادی مانند کاتالیزور عمل می‌کند. هم‌زمان، سرمایه‌گذاران نیز حمایت از استارت‌آپ‌ها را راهی جدید برای افزایش احتمال بازگشت سرمایه می‌دانند. با وجود اینکه تقریباً همه استارت‌آپ‌های فناوری موفق از ۳ یا ۴ اکوسیستم استارت‌آپ مانند به‌وجود آمده‌اند. به نظر می‌رسد این روند به انتها رسیده است و در سال‌های اخیر شاهد به‌وجود آمدن استارت‌آپ‌های موفق در سراسر جهان بوده‌ایم.

هم‌زمان با انفجار جهانی کارآفرینی، اکوسیستم‌های استارت‌آپ نیز رشد و بلوغ قابل توجهی در سراسر جهان داشته‌اند. به‌طور کلی، استارت‌آپ کسب‌وکارهای نوآورانه، مبتنی بر دانش و فناوری جدید هستند، به‌عنوان موتورهای محرک اقتصاد تلقی می‌شوند. در حقیقت این‌گونه کسب‌وکارها به‌عنوان موتور محرکی در نظر گرفته شده است که در ضمن به حرکت درآوردن چرخ‌های شغلی و استخدامی،

و نهادهای عمومی، شبکه‌سازی و ارتباطات به ترتیب بیشترین اهمیت بر موفقیت استارت‌آپ‌ها در ایران را دارا هستند.

۵. بحث

در این بخش مبانی نظری و پیشینه پژوهش بیان می‌شوند.

۵-۱. تعریف و ماهیت استارت‌آپ‌ها

استارت‌آپ به معنای شروع و راه‌اندازی و به‌عنوان پنجره ذهن رو به آینده، در فرهنگ واژگان انگلیسی آمریکن هریتیج، استارت‌آپ یک کسب‌وکار یا تعهدی که به‌تازگی آغاز فعالیت کرده است قلمداد می‌شود. در تعریف مریام وبستر؛ استارت‌آپ فعل یا دسته‌ای از اقدامات به جهت یک فعالیت نوین و یک سازمان یا کسب‌وکار تازه تأسیس تعریف می‌شود (معتمد، ۱۳۹۸، ۲۷). به‌طور کلی استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های نوپایی هستند که راهکاری جدید را به‌منظور حل یک مشکل پیشنهاد می‌کنند؛ در صورتی که ضمانتی برای موفق شدن شرکت از مسیر راهکارهای پیشنهادشده وجود ندارد. استارت‌آپ‌ها، تاریخچه چندان ندارند و در فاز توسعه و تحقیق برای بازاریابی قرار دارند. بنا به نظر استیو بلنک و اریک ریس، استارت‌آپ‌ها سازمان و نهادی انسانی هستند که شکل گرفته‌اند تا برای خلق محصول و یا خدمتی نو در شرایط عدم قطعیت زیاد در جست‌وجوی مدل کسب‌وکاری قابل تکرار و گسترش‌پذیر باشند. بنا به تعریف ارائه‌شده، اندازه شرکت، صنعت یا بخش اقتصادی شرکت مطرح نیست. هر کسی که در حال ایجاد یک محصول یا

این اساس، سؤال اصلی پژوهش آن است که عوامل محیطی تأثیرگذار بر موفقیت شرکت‌های نوپا و استارت‌آپ در ایران کدام است و اولویت‌بندی آن‌ها چگونه است؟

۲. مواد و روش‌ها

مقاله حاضر، توصیفی-پیمایشی است. برای شناسایی مؤلفه‌های موفقیت استارت‌آپ‌ها از روش کیفی مبتنی بر تحلیل تم و مصاحبه با ۱۷ نفر از کارشناسان استفاده شد. در بخش کمی نیز از روش تحلیل عاملی استفاده و بر مبنای مؤلفه‌های استخراج‌شده پرسش‌نامه تنظیم و در اختیار ۱۰۰ نفر از کارشناسان قرار گرفت.

۳. ملاحظات اخلاقی

در این مقاله، اصالت متون، صداقت و امانت‌داری رعایت شده است.

۴. یافته‌ها

نتایج مصاحبه انجام‌شده به شناسایی و طبقه‌بندی ۴ مؤلفه اصلی و ۲۹ زیرمؤلفه منجر شد. نیز تحلیل عاملی نشان داد که زیرمؤلفه‌های استخراج‌شده برای هر کدام از مؤلفه‌های اصلی مدل مفهومی تحقیق مناسب و تبیین‌کننده آن‌ها است. ارتباط مؤلفه‌های اصلی با مؤلفه موفقیت نیز گویای آن است که تمامی مؤلفه‌ها در تبیین موفقیت مؤثر هستند و در این میان مؤلفه محیطی، بالاترین بار عاملی و در اولویت بیشترین تأثیر است. نیز مؤلفه کلان اقتصادی، دولت

عموماً استارت‌آپ‌ها در پنج مرحله تکامل می‌یابند. البته نمی‌توان این الگو را برای تمامی استارت‌آپ‌ها تعمیم داد. بر اساس مطالعات صورت‌گرفته نحوهٔ شکل‌گیری بیشتر شرکت‌های نوپا و استارت‌آپ از قرار زیر خواهد بود (طرزمنی، ۱۴۰۲، ۹).

• مرحلهٔ اول: شکل گرفتن ایده

ایده‌های نوآورانه در نهادهای زیر شکل می‌گیرند:

- دانشگاه‌ها و موسسات پژوهشی

- گاراژهای کارآفرینی

در هر یک از نهادهای فوق گروه‌های نوآور با تشکیل تیمی کارآمد بر روی ایده کار می‌کنند تا محصول اولیه شکل بگیرد و در مسیر اکوسیستم کارآفرینی جلو رود. فعالیت‌هایی که در مرحلهٔ شکل گرفتن ایده صورت می‌گیرد به‌طور خلاصه عبارت‌اند از:

- تشکیل تیمی از بنیان‌گذاران؛

- توسعهٔ ایده و محصول اولیه.

نکتهٔ بسیار مهم در موفق شدن یک ایده این است که ایده در راستای نیاز بازار شکل گرفته باشد و محصولی که قرار است تولید شود مورد پذیرش بازار قرار گیرد. در غیر این صورت، موفقیتی حاصل نخواهد شد.

• مرحلهٔ دوم: شکل گرفتن کسب‌وکار

در این مرحله فعالیت‌های زیر صورت می‌گیرد که منجر به توسعهٔ فرهنگ نوآوری می‌شود.

- تشکیل شرکت؛

کسب‌وکار جدید در شرایط عدم قطعیت فراوان است، یک کارآفرین است، حتی اگر خودش نداند. اینکه او در یک آژانس دولتی، یا کسب‌وکار نوپایی که توسط سرمایه‌گذار مخاطره‌آمیز تأمین سرمایه شده است، یا یک شرکت غیر انتفاعی یا یک شرکت سودده با سرمایه‌گذاران مشخص فعالیت می‌کند، تأثیری ندارد. در نگاهی به اجزای تعریف، دیده می‌شود که کلمهٔ مؤسسه به بروکراسی، فرآیند و حتی لختی اشاره دارد. چگونه لختی می‌تواند جزئی از یک کسب‌وکار نوپا باشد؟ صد البته که کسب‌وکارهای نوپای موفق مملو از فعالیت‌های مرتبط با ساخت یک مؤسسه هستند: جذب کارمندان خلاق، هماهنگ کردن فعالیت‌ها و ایجاد فرهنگی که شرکت را به نتایج مد نظر برساند. یک کسب‌وکار نوپا و استارت‌آپ تنها در مورد یک محصول، یک فناوری پیشرفته یا حتی یک ایدهٔ استثنایی نیست. یک کسب‌وکار نوپا بزرگ‌تر از جمع اجزایش است. در واقع کسب‌وکار نوپا یک شرکت انسانی است. این واقعیت که محصول و یا خدمت یک کسب‌وکار نوپا، یک نوآوری جدید است نیز جزئی مهم و دقیق از تعریف است. به‌طور کلی استارت‌آپ‌ها اندیشه‌هایی خطرپذیر هستند که الگوی کسب‌وکارشان معین نیست و هدف‌گذاری بازارشان نیز به‌صورت فرضی است. استارت‌آپ‌ها این امکان را دارند که در هر زمینه‌ای به‌وجود آیند؛ اما غالباً به کمپانی‌هایی اطلاق می‌شود که رویش پر شتاب دارند و در حوزهٔ فناوری کنشگری می‌کنند (حسینی و دیگران، ۱۴۰۲، ۳۲).

۵-۲. مراحل تکامل استارت‌آپ‌ها

- تشکیل تیم مدیریتی؛
- توسعه محصول؛
- تدوین برنامه ورود به بازار.
- فعالیتهای این مرحله عبارت‌اند از:
- افزایش درآمد؛
- رسیدن به مرحله سوددهی؛
- توسعه بازار بین‌المللی؛
- تسهیل‌های زیر بستر لازم را برای شکل گرفتن و توسعه کسب‌وکار در مرحله دوم فراهم می‌کنند.
- انکوباتورها، برنامه‌های شتاب‌دهنده؛
- سرمایه‌گذاران فرشته؛
- سرمایه‌گذاران خطرپذیر؛
- دفاتر خدمات حقوقی و مالی؛
- شرکت‌های چند ملیتی (سلمانزاده، ۱۴۰۱، ۱۸).
- سرمایه‌گذاران خطرپذیر؛
- سرمایه‌گذاران بانکی؛
- دفاتر خدمات حقوقی و مالی؛
- مرحله سوم: رشد و توسعه.

در این مرحله فعالیتهای زیر صورت می‌گیرد:

- تولید درآمد برای شرکت؛
- توسعه محصول یا افزایش تولید؛
- غالب شدن به بازار؛
- ورود به بازار سایر کشورها.

بعد از گذراندن این مراحل حال شرکت‌های نوپایی که توانسته‌اند به موفقیت دست پیدا کنند، باید برای خود استراتژی خروج مناسبی انتخاب کنند. در واقع استارت‌آپی موفق خواهد شد که بتواند به مرحله انتخاب استراتژی خروج برسد.

استراتژی خروج

استراتژی خروج از مهم‌ترین عوامل انگیزشی بازیگران مختلف در اقتصاد شرکت‌های نوپاست. بنیان‌گذاران و سرمایه‌گذاران خطرپذیر که بخش بزرگی از سهم شرکت را در اختیار دارند برنامه‌ریزی خود را بر اساس استراتژی خروج شرکت صورت می‌دهند. اکثر سرمایه‌گذارانی که در شرکت‌های نوپا سرمایه‌گذاری می‌کنند، از ابتدا به استراتژی خروج فکر می‌کنند. استراتژی خروج به این مسئله توجه می‌کند که سرمایه‌گذار چگونه می‌تواند بعد از مدت محدودی سرمایه خود و سود یا زیان آن را به‌دست آورد. به این

- تولید درآمد برای شرکت؛
- توسعه محصول یا افزایش تولید؛
- غالب شدن به بازار؛
- ورود به بازار سایر کشورها.
- تسهیل‌های زیر بستر لازم را برای رشد و توسعه کسب‌وکار فراهم می‌کنند (طالبی و دیگران، ۱۴۰۲، ۴۲).
- سرمایه‌گذاران خطرپذیر؛
- سرمایه‌گذاران خطرپذیر بین‌المللی؛
- کمپانی‌های چند ملیتی؛
- دفاتر خدمات حقوقی و مالی.

• مرحله چهارم: تولید ارزش و برداشت

محصول

استارت‌آپ‌های اینترنتی بر صنعت غالب شوند) تامی و پاردد، ۲۰۱۸، ۵۶). ارتباط تنگاتنگ استارت‌آپ‌ها در کشور با فناوری اطلاعات و ارتباطات سبب می‌شود ظرفیت‌های اشتغال‌زایی حوزهٔ فاوا به این فعالیت‌ها وارد شود. گزارش تحقیقاتی اخیر سه محرک جهانی را که بر افزایش شغل‌های مرتبط با فاوا در سطح جهان اثر گذارند، به شرح زیر اعلام کرده‌اند (گلرخ و دیگران، ۱۴۰۲، ۱۱).

الف) اتصال‌پذیری بالا؛ بیش از ۱۲۰ کشور هم‌اکنون دارای ضریب نفوذ تلفن همراه بالای ۸۰ درصدی هستند.

ب) دیجیتالی شدن جنبه‌های بیشتری از کارها: امروزه مخابرات و برون‌سپاری به اقدامات استاندارد جهانی تبدیل شده‌اند.

ج) مهارت‌های جهانی شده؛ هند و فیلیپین تبدیل به مراکز عمدهٔ برون‌سپاری شده‌اند و دیگر کشورها نیز برای رشد آیندهٔ خود این بخش‌ها را هدف‌گذاری کرده‌اند. برای مثال امور مربوط به پاسخ‌گویی به مشتریان ساکن شهر لندن با کمک امکانات فناوری اطلاعات در هند صورت می‌گیرد. صنعت تولید برنامه‌های تلفن همراه فرصت‌های جدیدی را برای شرکت‌های کوچک و متوسط ایجاد کرده است. بنگاهی که یک برنامهٔ کاربردی دیجیتالی برای فروشگاه نرم‌افزار اپل تولید میکند، به سادگی به بیش از پانصد میلیون دارنده حساب کاربری فروشگاه نرم‌افزار اپل دسترسی پیدا می‌کند. استارت‌آپ‌ها علاوه بر اشتغال، بر بخش‌های مختلف اقتصادی تأثیر متفاوتی دارند. این اتفاق نظر در بین صاحب‌نظران اقتصادی وجود دارد که حجم و نرخ رشد اقتصادی بالاتری را

ترتیب اکثر سرمایه‌گذاران به‌دنبال بازهٔ زمانی مشخصی، عموماً بین ۳ تا ۵ سال، برای به ثمر رسیدن سرمایه‌گذاری خود هستند (عدل‌دوست و دیگران، ۱۴۰۲، ۲۱). در نتیجه اگر کسب‌وکار موفق باشد، بنیان‌گذار و سرمایه‌گذار، سود قابل توجهی به‌دست می‌آورند و اگر موفق نباشد، باید با داشتن استراتژی خروج، ضرر و زیان را به حداقل برسانند، فارغ از اینکه بنیان‌گذاران به‌دنبال ایده‌ای جدید هستند یا اینکه سرمایه‌گذاران برای تعیین تکلیف استارت‌آپ به آن‌ها فشار می‌آورند، داشتن یک استراتژی خروج مشخص برای استارت‌آپ، یک اصل کلیدی و تغییرناپذیر محسوب می‌شود.

۵-۳. نقش و جایگاه استارت‌آپ‌ها در اقتصاد کشورها

در اقتصادهای نوین بین‌الملل، شرکت‌های نوپا و استارت‌آپی، فاکتوری اساسی در پیشرفت اقتصادی به حساب می‌آیند (برت استروم، ۲۰۱۹، ۸). نکته‌ای که باید به آن توجه داشت این است که کسب‌وکارهای نوپا در شهرستان‌ها نیز با تکیه بر ظرفیت‌های بومی ایجاد شده‌اند و علاوه بر موضوع ارزش‌آفرینی و تأثیری که بر اقتصاد منطقهٔ خود دارند، م-یتوانند در کاهش ناهنجاری نیز مؤثر باشند. از سوی دیگر، طرفی که رشد سریع اینترنت جهان را به دهکده‌های کوچک تبدیل کرده است که در پرتو آن توانایی‌های نوآورانه شکوفا می‌شوند. توجه شود به اینکه شرکت‌های استارت‌آپ توانایی رشد سریع بدون در نظر گرفتن مرزهای ملی را دارند. این امر باعث شده است که استارت‌آپ‌های تکنولوژیکی به‌ویژه

وجود داشته باشد که از دید پژوهشگران مخفی مانده باشد و یا اینکه تصورات در ارتباط با عوامل و سازوکارهای دستیابی به آن‌ها متفاوت باشد. در نتیجه به منظور روشن‌تر شدن موضوع، تعدادی از مدیران، کارشناسان و خبرگان حوزه موفقیت، کسب‌وکار و استارت‌آپ، در رابطه با موفقیت در کسب‌وکار و استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های نوپا تعاریف و توصیفاتی داشته‌اند که در ادامه بیان شده است. سانتوس (۲۰۱۶)، مدیر مرکز کسب‌وکارهای نوپا در کشور پرتغال، عوامل کلیدی موفقیت را این‌گونه تعریف می‌کند: چندین حوزه کلیدی که در آن حوزه‌ها کارها باید به‌درستی انجام شوند تا کسب‌وکار رشد و پیشرفت کند. شواب (۲۰۱۷)، کارآفرین، اقتصاددان، بنیان‌گذار و رئیس هیئت مدیره مجمع جهانی اقتصاد، بیان می‌کند که آنجا که عوامل موفقیت کسب‌وکار در رابطه با ساختار صنعت بررسی می‌شود، باید تأثیر سیاست‌های دولت، نهادهای حمایتی، روش‌های تأمین سرمایه، طرز نگاه بانک‌ها و سایر نهادهای مالی و سایر زیرساخت‌های عمومی حمایتی یک صنعت را به‌عنوان عواملی که در موفقیت کسب‌وکار نقش دارند، در نظر گرفت. بر اساس یافته‌های سانسیستبان و ماریسیو (۲۰۱۷)، محققین حوزه استارت‌آپ در دانشگاه ملی سانمارکوس، عواملی که در موفقیت کسب‌وکارها نقش دارند عبارت‌اند از: مهارت‌های مدیریتی، آموزش، تجربه، ویژگی‌های روانی، شبکه‌های اجتماعی و شرایط محیطی.

بر مبنای مطالعات لانس (۲۰۱۱)، مدیر یکی از بزرگ‌ترین استارت‌آپ‌های حوزه سلامت در ایالات متحده آمریکا، که عوامل تأثیرگذار بر موفقیت و

که در بسیاری از کشورها تجربه شده است، می‌توان به موفقیت بیشتر آن کشورها در بهره‌برداری از فرصت‌های فناورانه در حال ظهور نسبت داد (خلوت، ۱۳۹۸، ۲۵).

استارت‌آپ‌ها اغلب در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات فعال هستند تا رونقی به کسب‌وکارها بدهند. اکثر استارت‌آپ‌هایی که در کشورهای مختلف راه‌اندازی شده‌اند نیز بر پایه فناوری و ایده‌هایی در این حوزه هستند. بی‌تردید اصلی‌ترین الزام موفقیت این‌گونه استارت‌آپ‌ها، وجود زیرساخت‌های لازم در حوزه فناوری اطلاعات است. زمانی که قرار است کسب‌وکار این شرکت‌ها پیرامون فاوا باشد و رکن اصلی آن فناوری، نیاز است از وجود زیرساخت‌های لازم مطمئن بود.

آنچه در رابطه با کسب‌وکارهای استارت‌آپی اهمیت خاصی دارد، سرعت در ارائه خدمات است. بنابراین اگر محصول با کیفیت و سرعت مناسب از سوی یک استارت‌آپ به مشتری عرضه نشود و به‌عبارتی روند کار با قطعی مداوم یا اختلال شبکه روبه‌رو باشد، قطعاً مشتریان راضی نخواهند شد.

۴-۵. عوامل مؤثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها

باور عمومی این‌گونه است که عوامل موفقیت شرکت‌های استارت‌آپ در بیشتر سازمان‌ها مشترک و یکسان هستند. هرچند، پژوهشگران و صاحب‌نظران، به این نکته توجه داشتند که محتمل است عوامل تأثیرگذار دیگری با توجه به ماهیت شرکت‌های استارت‌آپی و کاربران آن‌ها و نیز تعاملات این شرکت‌ها با سازمان‌های داخلی و بین‌المللی،

۱. مشخصات فردی؛
۲. مسائل مدیریتی؛
۳. مسائل مالی؛
۴. فعالیت‌های بازاریابی؛
۵. مسائل منابع انسانی؛
۶. شرایط اقتصادی؛
۷. مشخصات محصول؛
۸. رقابت؛
۹. انضباط؛
۱۰. فناوری؛
۱۱. عوامل محیطی.

گوپتا و باروآ (۲۰۱۶)، کارآفرینان نمونهٔ هندی در حوزهٔ کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، بر اساس دستاوردهای تحقیقات گذشته بیان می‌کنند که عوامل موفقیت کارآفرینانه را می‌توان بر سه دسته از متغیرها دسته‌بندی کرد. محیط بیرونی، آموزش و مهارت‌های مدیریتی کارآفرین و ویژگی‌های روانی و شخصیتی کارآفرین. عامل دیگری که به موفقیت کارآفرینان مرتبط است سرمایه نام دارد و این سرمایه خود به چهار نوع سرمایهٔ مالی، سرمایهٔ انسانی، سرمایهٔ اجتماعی و سرمایهٔ شهرت تقسیم می‌شود و هر چهار نوع در موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه بسیار حائز اهمیت هستند. با اینکه دسترسی به سرمایهٔ مالی مشکل است، دارایی بسیار ارزشمندی به‌شمار می‌رود. سرمایهٔ انسانی به دانش و مهارت افراد اطلاق می‌شود و در اکتشافات کارآفرینانه، حل

کاهش ریسک شرکت‌های کوچک و متوسط در تایلند را بررسی کرده است، ضمن اشاره به مطالعهٔ محققان گذشته و دسته‌بندی عوامل تأثیرگذار در موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و نوپا در ۱۰ گروه، اشاره دارند که ۸ مورد از موارد مشاهده‌شده در تایلند از عوامل تأثیرگذار محسوب می‌شوند. این عوامل به شرح زیر است:

۱. ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین؛
 ۲. ویژگی‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط؛
 ۳. مدیریت و تخصص‌ها؛
 ۴. محصولات و خدمات؛
 ۵. مشتریان و بازار؛
 ۶. شیوهٔ انجام معاملات و همکاری‌ها؛
 ۷. منابع و تأمین مالی؛
 ۸. استراتژی؛
 ۹. محیط خارجی؛
 ۱۰. اینترنت.
- آن‌ها در آخر با استفاده از نتایج آنالیز رگرسیون نتیجه می‌گیرند که ویژگی‌های کسب‌وکار، مشتریان و بازار، طریقهٔ دادوستدها، منابع و امور مالی و محیط خارجی مؤثرترین عوامل در موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در تایلند هستند.
- میرفخرالدینی و همکاران (۱۳۹۸)، ۱۱ عامل را که بر موفقیت کسب‌وکارهای نوپا و استارت‌آپ‌ها اثرگذار هستند، شناسایی کرده‌اند:

- توانایی (مدیریت استارت‌آپ) (تشخیص فرصت) - مدیریت سازمانی؛
- دانش فناوری (دانش عمده - فناوری صنعت)؛
- مدل تجاری؛
- فناوری (برنامه‌ریزی محصول)؛
- توسعه محصول جدید (منابع فناوری - نوآوری فناوری / معرفی فناوری - استفاده از فناوری - تولید)؛
- بهبود محصول (کیفیت - ارتقا)؛
- بازار (اندازه بازار، نرخ رشد بازار - ساختار بازار)؛
- منابع نیروی انسانی (تیم راه‌اندازی - تأمین یک فرد با استعداد)؛
- بازاریابی (استراتژی بازاریابی - فعالیت فروش)
- منابع مالی (توانایی تأمین بودجه - تأمین اعتبار مورد نیاز)؛
- شبکه (استراتژی شبکه - فعالیت شبکه)؛
- دولت (سیاست پشتیبانی - پشتیبانی بخش عمومی)؛
- جامعه (اطراف شبکه - تجربه راه‌اندازی والدین - مدل موفقیت راه‌اندازی) (چانگ و جانگ، ۲۰۱۹، ۱۵).

۵-۵. پیشینه پژوهش

گلرخ و حسینی (۱۴۰۲) در مطالعه‌ای شناسایی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی موفقیت استارت‌آپ‌های حوزه سلامت را به روش توصیفی-اکتشافی انجام داده‌اند. نتایج تحقیق به شناسایی شش دسته ابعاد

مسئله، سازگاری با تغییر و نیز به‌کارگیری فناوری-های جدید کاربرد دارد. دو جزء مهم از سرمایه انسانی آموزش هستند. سرمایه اجتماعی که اغلب به‌عنوان شبکه‌های اجتماعی شناخته می‌شود، مجموعه‌ای از منابع اجتماعی هستند که در درون ارتباطات قرار گرفته‌اند و نه تنها از شبکه‌ها منتج می‌شود، بلکه از هنجارها و ارتباطات ساختار جامعه‌ای که فرد در آن عمل می‌کند نیز حاصل می‌شود (گوبتا و باروا، ۲۰۱۶، ۷۳).

دیمرس (۲۰۱۶)، کارآفرین و مدیر شبکه نوآوری‌های فناورانه در ایالات متحده، عوامل موفقیتی مانند برنامه‌ریزی کسب‌وکار نوپا، مدیریت ریسک، یادگیری، شبکه‌سازی، مدیریت منابع انسانی و مدیریت مالی را برای موفقیت کسب‌وکارهای نوپا و کارآفرینانه بر می‌شمارد.

چانگ و جانگ (۲۰۱۹)، از محققان شاخص حوزه استارت‌آپ در کره جنوبی، در مطالعه‌ای که در خصوص استارت‌آپ‌های دانشجویی در کره انجام داده‌اند بیان می‌کنند که هدف اصلی استارت‌آپ‌های دانشجویی، اشتغال دانشجویان است. بنابراین برای موفقیت استارت‌آپ‌ها و تحقق هدف ترسیم‌شده، ضروری است عوامل زیر مورد توجه قرار گرفته شوند.

- ویژگی‌های کارآفرینان و بنیان‌گذاران: دموگرافیک (جنسیت - سن - پیشینه علمی)؛ انگیزه (عمومی - آرزوی دستیابی - چشم‌انداز - هدف - وابستگی، سطح اقتصادی)؛ نگرش (ریسک - گرایش به نگرانی - پشتکار - تفکر مثبت - اطمینان از اعتماد - نگرش پرخاشگرانه)؛ تجربه (استارت‌آپ - صنعت)؛

گسترش فرهنگ، برگزاری مستمر استارت‌آپ ویکند، تشکیل کانون‌های خلاقیت، فراهم کردن زیرساخت‌های اولیه و ایجاد بستر مناسب تسهیلاتی و توسعهٔ مراکز رشد تخصصی را از جمله راهکارهای توسعهٔ کمی و برنامه‌ریزی دقیق برای انجام فرایندهای تحقیق و توسعه‌ای، هدایت و ایجاد ارتباط بین اعضای هیئت علمی و متخصصان، برگزاری دوره‌های آموزش، استفاده از مشاوران خبره، حمایت از شرکت‌ها و صاحبان استارت‌آپ‌ها، پیگیری مصوبات مربوط به معافیت‌های قانونی و تسهیل ارتباطات منطقه‌ای را از جمله راهکارهای توسعهٔ کیفی استارت‌آپ‌ها برشمرد.

طرزمنی (۱۴۰۲) در مطالعه‌ای با عنوان «استراتژی و اصول مدیریت استارت‌آپ‌های نوپا»، بیان می‌دارد از آنجایی که شروع و رشد استارت‌آپ‌ها با ریسک همراه است بهترین روش تأمین مالی این گونه کسب‌وکارها، استفاده از صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر است. این کسب‌وکارهای کوچک و نوپا نقش به‌سزایی در ایجاد اشتغال، فراهم ساختن بسترهای مناسب برای نوآوری و بهره‌برداری از منابع مالی کوچک دارند. با توجه به اهمیت این بنگاه‌ها در کشور و وجود موانع مالی که در نهایت به تضعیف عملکرد آن‌ها منجر شده است، توجه به موضوع تأمین مالی برای رشد بنگاه‌های نوپا ضروری به نظر می‌رسد. در نتیجه در این مقاله سعی شده است مباحث مربوط به تأمین مالی از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر برای رشد و توسعهٔ استارت‌آپ‌ها توجه شود. در پایان نیز پیشنهادهایی برای بهبود این وضع ارائه شده است. در نتیجه موارد استخراج‌شده در این مقاله در

شامل استراتژی و سیاست‌گذاری، نیروی انسانی کارآمد، زیرساخت فنی و فرهنگی، مالی و بودجه، بازاریابی و فروش و رضایت مشتری منجر شد.

معمد (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای با عنوان «طراحی مدلی جهت موفقیت استارت‌آپ‌ها با استفاده از نقشهٔ شناختی فازی»، مدل موفقیت در جهت ارتقای سطح کسب‌وکار استارت‌آپ‌ها به روش توصیفی-پیمایشی را بررسی و شناسایی و ترسیم کرده است. نتایج تحقیق به شناسایی نه معیار شامل استراتژی و سیاست‌گذاری، نیروی انسانی کارآمد، زیرساخت فرهنگی، محصول استراتژی، مالی و بودجه، بازاریابی، فروش، رضایت مشتری و عوامل دولتی منجر شد.

مه‌دی‌ان، عالیخانی و نیکقدم حتی (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای با عنوان «شناسایی و رتبه‌بندی عوامل تاثیرگذار بر موفقیت استارت‌آپ‌ها»، عوامل تاثیرگذار بر موفقیت استارت‌آپ‌ها را بررسی و شناسایی و اولویت‌بندی کردند. آن‌ها عوامل مؤثر را در ۶ دستهٔ کلی استراتژی و سیاست‌گذاری، نیروی انسانی کارآمد، زیرساخت فنی و فرهنگی، شاخص‌های مالی و بودجه، بازاریابی و فروش، شاخص‌های رضایت مشتری طبقه‌بندی کردند.

طالبی و همکاران (۱۴۰۲) در مطالعه‌ای با عنوان «طراحی مدل و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری استارت‌آپ‌های ورزشی»، ضمن تبیین اهمیت استارت‌آپ‌ها در عصر حاضر و مشکلات درونی و بیرونی پیش روی آن‌ها، راهکارها و برنامه‌هایی را برای توسعهٔ کمی و کیفی آن ارائه کردند. وی تبلیغات و ایجاد آشنایی عمومی، برگزاری فراخوان‌ها و جشنواره‌های ایده‌پردازی، ایجاد و

تامی و پاردد (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای اکتشافی بیان کردند که درک عدم اطمینان و ارزیابی ریسک‌های پیرامون فرصت‌های کسب‌وکار برای حمایت موفقیت طرح‌های کارآفرینانه مفید لازم و ضروری است. در نتیجه پژوهش حاضر به شناسایی عدم اطمینان‌های پیرامون فرصت‌ها برای پیش‌بینی موفقیت آتی یک سازمان کمک می‌کند. بنابراین ۵ نوع عدم اطمینان از جمله عدم اطمینان فناورانه، سیاسی، رقابتی، مشتری و منابع شناسایی شدند و سپس توسعه فناورانه، سرعت نوآوری، روش‌ها و فرایندها، زیرساخت فناورانه، محیط سیاسی، حمایت دولتی، رویه قانونی، نرخ تورم و ارز پایین، قانون استخدامی مناسب، مالیات، اقتصاد و محیط رقابتی را به‌عنوان عوامل خارجی و شبکه‌های اجتماعی، جریان‌های درآمدی، سرمایه، نیروی انسانی ماهر، تخصص و آموزش، منابع تکنولوژیک، فرایند نوآوری، حقوق مالکیت فکری، سرمایه‌گذاری بر تحقیق و توسعه و هزینه‌های عملیاتی را به‌عنوان عوامل درونی مهم شناسایی و در قالب یک ماتریس موقعیت داخلی-خارجی ارزیابی و معرفی شدند.

سانتوس داسیلوا و همکاران (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای عوامل مؤثر بر موفقیت استارت‌آپ‌های پرتغالی بررسی کرده‌اند. آن‌ها ۴ دسته عوامل تأثیرگذار بر موفقیت را ویژگی‌های مؤسسان (تجربه مدیریتی، تجربه صنعت، مهارت‌های بازاریابی، تحصیلات، سن)، ویژگی‌های استارت‌آپ (کنترل‌های مالی، برنامه‌ریزی، مشاوران حرفه‌ای، پرسنل، شرکا؛ محصول یا خدمات)، عوامل بیرونی (عوامل اقتصادی) و سرمایه در نظر گرفتند. آن‌ها برای بررسی خود ۵۰ استارت-

دسته شاخص‌های مالی و بودجه و بازاریابی و فروش قرار می‌گیرند.

لانس (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای به پنج عامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط به شرح زیر به‌عنوان عوامل مؤثر بر موفقیت اشاره کردند.

۱. عوامل فردی: سن، سطح تحصیلات، مهارت‌ها، تجربه‌های تجاری و استفاده از مشاوران حرفه‌ای؛

۲. خصوصیات تجاری: اندازه تجارت، شبکه‌های تجاری، نوآوری در تجارت و توانایی رقابت؛

۳. عوامل مدیریت: تعهد و پشتیبانی مدیریت، زیرساخت‌های سازمانی، شیوه‌های مدیریت منابع انسانی، فرهنگ سازمانی، محیط کار، ارتباطات داخلی، مسئولیت اجتماعی شرکت و فناوری اطلاعات؛

۴. پشتیبانی کسب‌وکار: پشتیبانی مالی، پشتیبانی دولت، خانواده و دوستان؛

۵. در دسترس بودن سرمایه: سرمایه مالی، سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی.

سانتوس و همکاران (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای فاکتورهای مهم موفقیت در فناوری مالی در شرکت‌های شرق آسیا به روش توصیفی-پیمایشی بررسی و تعیین کرده‌اند. بر اساس نتایج تحقیق، مهم‌ترین عامل انتخاب‌شده توسط خبرگان، بودجه بوده است. بعد از آن توسعه فناوری و اینترنت، عوامل تجربه مشتری، فرهنگ سازمانی و مقررات دولتی به‌عنوان عوامل مؤثر بر موفقیت شرکت‌های استارت‌آپ فناوری مالی در شرق آسیا هستند.

۵-۷. یافته‌های پژوهش

در مقاله حاضر یافته‌های پژوهش در دو قسمت یافته‌های بخش کیفی و یافته‌های بخش کمی بیان می‌شود.

۵-۷-۱. یافته‌های بخش کیفی

در این پژوهش، شناسایی مؤلفه‌های محیطی کلیدی موثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها در ایران اولین گام فرآیند محسوب می‌شود. در این ارتباط، با استفاده از پیشینه نظری، مطالعات تجربی و اخذ نظر خبرگان دانشگاهی و کارشناسان حوزه استارت‌آپ و شرکت‌های نوپا، مؤلفه‌های مؤثر شناسایی و در ۴ گروه شامل عوامل کلان اقتصادی، دولت و نهادهای عمومی، شبکه‌سازی و ارتباطات، زیرساخت فرهنگی تقسیم شدند. در جدول ۱ مؤلفه‌های اصلی و زیر مؤلفه‌های محیطی کلیدی مؤثر بر موفقیت شرکت‌های استارت‌ها در ایران ارائه شده است (منبع: یافته‌های پژوهش).

آپ تأسیس شده طی دورهٔ زمانی ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۵ در پرتغال را به‌عنوان نمونه در نظر گرفتند.

۵-۶. روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر، از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش تحقیق، آمیخته اکتشافی (کیفی و کمی) است. روش گردآوری داده‌ها برای بخش پیشینه، روش کتاب-خانه‌ای و برای نتایج اصلی تحقیق، روش میدانی به-کار گرفته شده است. در مرحله کیفی، از تحلیل تم و مصاحبه با خبرگان در زمینهٔ فعالیت استارت‌آپ و استادان دانشگاهی، برای استخراج مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌ها استفاده شده است. در مرحله کمی نیز از پرسش‌نامهٔ محقق ساخته استفاده شده است که روایی آن با توجه به تحلیل عاملی تأییدی مورد تأیید قرار گرفت. پایایی آن از طریق آزمون آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت که عوامل کلان اقتصادی با ۰/۸۶۵، دولت و نهادهای عمومی ۰/۸۷۱، شبکه‌سازی و ارتباطات ۰/۸۳۳، زیرساخت فرهنگی ۰/۸۵۹ دارای پایایی هستند.

در مرحله کیفی با استفاده از شیوهٔ گلوله برفی، تعداد ۱۷ نفر از خبرگان دانشگاهی و آشنا در زمینهٔ فعالیت استارت‌آپ انتخاب شدند. در مرحله کمی، به‌دلیل نامشخص بودن جامعه آماری حداقل حجم نمونه بر اساس جدول کرسی و مورگان ۱۰۰ نفر تعیین شده-اند که به روش نمونه‌گیری، نمونه‌های در دسترس انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل آماری از نرم-افزارهای SPSS، لیزرل و فرآیند تحلیل سلسله مراتبی استفاده شده است.

جدول ۱. مؤلفه‌های اصلی و زیرمؤلفه‌های کلیدی مؤثر بر موفقیت شرکت‌های استارت‌آپ در ایران

مؤلفه اصلی	زیر مؤلفه
عوامل محیطی و بیرونی شرکت استارت‌آپ	۱. رشد اقتصادی
	۲. شرایط صنعت
	۳. قوانین و مقررات
	۴. سیاست‌ها و حمایت‌های دولت و نهادهای عمومی
	۵. زیرساخت‌ها و خدمات لجستیکی
	۶. حمایت مؤسسات مالی و اعتباری
	۷. نرخ بهره و منابع تأمین مالی
	۸. تورم
	۹. نرخ ارز و نوسانات آن
	۱۰. تحریم‌های اقتصادی
کلان اقتصادی (۱۰ زیرمؤلفه)	
	۱. حمایت مالی مراکز تحقیقات دولتی از استارت‌آپ‌های پارک‌های علم و فناوری
	۲. حقوق مالکیت معنوی استارت‌آپ‌ها
	۳. برنامه‌های کارآفرینی دولت‌مدار
	۴. سیاست‌های دولتی مساعد
	۵. زیرساخت‌های تجاری قانونی
	۶. سهولت قوانین ورود به کار
	۷. حمایت‌های مالیاتی
	۸. نظام ملی نوآوری
۹. انعطاف بروکراتیک	
دولت و نهادهای عمومی (۹ مؤلفه)	
	۱. حضور در شتاب‌دهنده‌ها و مراکز رشد
	۲. شبکه‌سازی با سرمایه‌گذاران، مشتریان و سایر کسب‌وکارها
شبکه‌سازی و ارتباطات (۶ مؤلفه)	۳. وجود مؤسسات آموزشی

۴. ارتباطات اجتماعی و نهادی با ذی‌نفعان		
۵. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی		
۶. تأثیر اجتماعی در راستای تغییر رفتار ذی‌نفعان		
۱. تناسب ایده با زیرساخت‌های فنی و فرهنگی جامعه	زیرساخت‌های فرهنگی (۴ مؤلفه)	
۲. وجود فرهنگ تأمین مالی در کشور		
۳. اعتمادسازی و اطمینان جامعه		
۴. بررسی پیشینه و تاریخچه موفقیت استارت‌آپ‌های مشابه		

۵-۷-۲. یافته‌های بخش کمی

گام اول: نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول مؤلفه‌های اصلی

نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول مؤلفه‌های اصلی در جدول ۲ ارائه شده است. از آنجا که آماره t به‌دست آمده برای تمامی زیرمؤلفه‌ها بزرگ‌تر از $1/96$ هستند، بارهای عاملی تمامی زیرمؤلفه‌ها سطح معنی‌داری لازم را دارند. نتایج شاخص‌های خوبی برازش در جدول ۲ نیز نشان‌دهنده آن است که مدل مناسب است (پهلوان شریف و دیگران، ۱۴۰۱، ۴۶).

جدول ۲. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول مؤلفه‌های محیطی موفقیت شرکت استارت‌آپ در ایران

شاخص‌های برازش مدل				اعداد معنی‌داری	بار عاملی	زیر مؤلفه	مؤلفه اصلی	
AGFI	GFI	RMSEA	χ^2/df				کلان اقتصادی	عوامل محیطی استارت‌آپ
0.86	0.89	0.006	1.68	16.09	0.83	رشد اقتصادی	کلان اقتصادی (۱۰ زیرمؤلفه)	عوامل محیطی استارت‌آپ
				12.37	0.79	شرایط صنعت		
				22.16	0.77	قوانین و مقررات		
				4.55	0.7	سیاست‌ها و حمایت‌های دولت و نهادهای عمومی		
				17.64	0.69	زیرساخت‌ها و خدمات لجستیکی		

				12.83	0.67	حمایت مؤسسات مالی و اعتباری	
				13.63	0.65	نرخ بهره و منابع تأمین مالی	
				7.42	0.61	تورم	
				15.31	0.6	نرخ ارز و نوسانات آن	
				18.01	0.59	تحریم‌های اقتصادی	
0.85	0.88	0.008	1.72	20.00	0.81	حمایت مالی مراکز تحقیقات دولتی از استارت‌آپ‌ها پارک-های علم و فناوری	دولت و نهادهای عمومی (۹ مؤلفه)
				16.49	0.78	حقوق مالکیت معنوی استارت‌آپ‌ها	
				14.68	0.76	برنامه‌های کارآفرینی دولت‌مدار	
				12.57	0.73	سیاست‌های دولتی مساعد	
				9.33	0.71	زیرساخت‌های تجاری قانونی	
				13.01	0.68	سهولت قوانین ورود به کار	
				17.71	0.65	حمایت‌های مالیاتی	
				8.21	0.63	نظام ملی نوآوری	
				14.30	0.6	انعطاف بروکراتیک	
0.82	0.85	0.061	1.16	10.87	0.78	حضور در شتاب‌دهنده‌ها و مراکز رشد	شبکه‌سازی و ارتباطات (۶ مؤلفه)
				12.26	0.75	شبکه‌سازی با سرمایه‌گذاران، مشتریان و سایر کسب‌وکارها	
				13.96	0.71	وجود مؤسسات آموزشی	
				1.85	0.69	ارتباطات اجتماعی و نهادی با ذی‌نفعان	

				13.13	0.66	اینترنت و شبکه‌های اجتماعی	زیرساخت‌های فرهنگی (۴ مؤلفه)
				7.42	0.64	تاثیرگذاری اجتماعی در راستای تغییر رفتار ذی‌نفعان	
				12.99	0.73	تناسب ایده با زیرساخت‌های فنی و فرهنگی جامعه	
				10.08	0.71	وجود فرهنگ تأمین مالی در کشور	
0.87	0.9	0.009	1.33	9.27	0.68	اعتمادسازی و اطمینان جامعه	
				2.57	0.63	بررسی پیشینه و تاریخچه موفقیت استارت‌آپ‌های مشابه	

گام دوم: نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم مؤلفه‌های اصلی محیطی مؤثر بر موفقیت شرکت‌های استارت‌آپ در ایران

نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم مؤلفه‌های اصلی محیطی مؤثر بر موفقیت شرکت‌های استارت‌آپ در ایران در جدول ۳ ارائه شده است. همان‌طور که مشخص است، آماره t به‌دست آمده برای تمامی زیرمؤلفه‌ها بزرگ‌تر از ۱/۹۶ و بارهای عاملی آن‌ها نسبتاً بالا است. بر این اساس می‌توان گفت رابطه تبیین‌شده بین مؤلفه‌ها به‌خوبی طراحی شده است. علاوه بر این، شاخص‌های برازندگی نیز حکایت از تأیید اعتبار سازه مدل مذکور را دارد. به‌طوری‌که شاخص X^2/df معادل ۱/۹۲ و کمتر از ۳/۲، شاخص‌های GIF و AGIF به‌ترتیب ۰/۹۲ و ۰/۸۷ و RMSEA معادل ۰/۰۰۶ است که همگی قابل قبول هستند. شایان ذکر است، مدل اندازه‌گیری در حالت تخمین استاندارد میزان تأثیر هر کدام از مؤلفه‌های اصلی را در توضیح واریانس نمرات عامل اصلی را نشان می‌دهد. بر این اساس، هر کدام از مؤلفه‌ها که بار عاملی بزرگ‌تری داشته باشد، دارای تأثیر بیشتر از سایر عوامل و در نتیجه گفته می‌شود که دارای تأثیر بالاتری است. از این‌رو، مؤلفه کلان اقتصادی که دارای بالاترین بار عاملی (۰/۹۰) است، در اولویت اول و تأثیر بیشتر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها در ایران قرار دارد.

جدول ۳. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم

شاخص‌های برازش مدل				اعداد معنی‌داری	بار عاملی	مؤلفه‌ها		
AGFI	GFI	RMSEA	χ^2/df					
86/0	89/ 0	003/0	1.88	10.6	0.90	کلان اقتصادی	عوامل محیطی و بیرونی شرکت استارت‌آپ	موفقیت استارت‌آپ‌ها
				9.7	0.85	دولت و نهادهای عمومی		
				8.2	0.79	شبکه‌سازی و ارتباطات		
				6.7	0.76	زیرساخت‌های فرهنگی		

گام سوم: تعیین ضریب اهمیت (وزن‌های) مؤلفه‌های محیطی مؤثر بر موفقیت استارت‌آپ‌ها در ایران

در این مرحله از تحقیق، بعد از تعیین و تأیید اعتبار مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌های شناسایی شده، تعیین وزن هر یک از مؤلفه‌های مذکور از حیث اهمیتی که موفقیت شرکت‌های استارت‌آپ در ایران دارند، مد نظر است. برای این منظور از روش کمی فرآیند تحلیل سلسله مراتبی استفاده شده است. با توجه به جدول ۴ که در بردارنده وزن نهایی هر یک از مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌های مرتبط با مؤلفه‌های اصلی است، عوامل کلان اقتصادی (۰/۳۹۱۵) بیشترین وزن را دارا است و در اولویت اول اهمیت در موفقیت استارت‌آپ‌ها در ایران قرار دارد (منبع: یافته‌های پژوهش در جدول ۴).

جدول ۴. وزن نهایی زیرمؤلفه‌ها و مؤلفه‌های محیطی مؤثر بر موفقیت شرکت استارت‌آپ در ایران

وزن زیرمؤلفه	زیرمؤلفه	مؤلفه اصلی	
0.0545	رشد اقتصادی	کلان اقتصادی	عوامل محیطی و بیرونی شرکت استارت‌آپ
0.0405	شرایط صنعت		
0.0403	قوانین و مقررات		
0.0401	سیاست‌ها و حمایت‌های دولت و نهادهای عمومی		
0.0383	زیرساخت‌ها و خدمات لجستیکی		
0.0379	حمایت مؤسسات مالی و اعتباری		
0.0373	نرخ بهره و منابع تأمین مالی		
0.0345	تورم		
0.0345	نرخ ارز و نوسانات آن		
0.0337	تحریم‌های اقتصادی		
0.0446	حمایت مالی مراکز تحقیقات دولتی از استارت‌آپ‌ها پارک‌های علم و فناوری	دولت و نهادهای عمومی	شبکه‌سازی و ارتباطات
0.0438	حقوق مالکیت معنوی استارت‌آپ‌ها		
0.0432	برنامه‌های کارآفرینی دولت‌مدار		
0.0161	سیاست‌های دولتی مساعد		
0.0426	زیرساخت‌های تجاری قانونی		
0.0411	سهولت قوانین ورود به کار		
0.0381	حمایت‌های مالیاتی		
0.0349	نظام ملی نوآوری		
0.0329	انعطاف بروکراتیک		
0.0276	حضور در شتاب‌دهنده‌ها و مراکز رشد		

0.0272	شبکه‌سازی با سرمایه‌گذاران، مشتریان و سایر کسب‌وکارها	
0.0270	وجود مؤسسات آموزشی	
0.0270	ارتباطات اجتماعی و نهادی با ذی‌نفعان	
0.0224	اینترنت و شبکه‌های اجتماعی	
0.0212	تأثیرگذاری اجتماعی در راستای تغییر رفتار ذی‌نفعان	
0.0305	تناسب ایده با زیرساخت‌های فنی و فرهنگی جامعه	زیرساخت‌های فرهنگی
0.0299	وجود فرهنگ تأمین مالی در کشور	
0.0294	اعتمادسازی و اطمینان جامعه	
0.0290	بررسی پیشینه و تاریخچه موفقیت استارت‌آپ‌های مشابه	

۶. نتیجه

در این پژوهش، شناسایی و رتبه‌بندی عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت شرکت‌های استارت‌آپ در ایران به روش توصیفی-پیمایشی مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت. در این خصوص، ۳ گام تعریف شد. متناسب با گام‌های تعریف‌شده، در بخش اول، به‌منظور دست‌یابی به اهداف و نیز پاسخ به پرسش‌های پژوهش، شناسایی مؤلفه‌های مؤثر از روش کیفی مبتنی بر تحلیل تم استفاده شد.

در این خصوص با ۱۷ نفر از خبرگان دانشگاهی و کارشناسان شرکت‌های استارت‌آپ آگاه مصاحبه شد. نتایج مصاحبه‌های انجام‌شده به شناسایی ۲۹ زیر مؤلفه و طبقه‌بندی آن‌ها در قالب ۶ مؤلفه اصلی منجر شد. مؤلفه‌های اصلی و فرعی استخراج شده عبارت‌اند از (منبع: یافته‌های پژوهش).

الف) کلان اقتصادی

۱. رشد اقتصادی

۲. شرایط صنعت

۳. قوانین و مقررات

۴. صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر

۵. زیرساخت‌ها و خدمات لجستیکی

۶. نرخ بهره و منابع تأمین مالی

۷. تورم

۸. نرخ ارز و نوسانات آن

۹. حمایت مؤسسات مالی و اعتباری

۱۰. تحریم‌های اقتصادی

ب) دولت و نهادهای عمومی

۱. حمایت مالی مراکز تحقیقات دولتی از استارت-آپ‌ها پارک‌های علم و فناوری

۲. حقوق مالکیت معنوی استارت‌آپ‌ها

۳. برنامه‌های کارآفرینی دولت‌مدار

۴. سیاست‌های دولتی مساعد

۵. زیرساخت‌های تجاری قانونی

۶. سهولت قوانین ورود به کار

۷. حمایت‌های مالیاتی

۸. نظام ملی نوآوری

۹. انعطاف بروکراتیک

ج) شبکه‌سازی و ارتباطات

۱. وجود شتاب‌دهنده‌ها و مراکز رشد

۲. شبکه‌سازی با سرمایه‌گذاران، مشتریان و سایر کسب‌وکارها

۳. ارتباطات اجتماعی و نهادی با ذی‌نفعان

۴. وجود مؤسسات آموزشی

۵. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی

۶. تأثیرگذاری اجتماعی در راستای تغییر رفتار ذی-نفعان

د) زیرساخت فرهنگی

۱. تناسب ایده با زیرساخت‌های فنی و فرهنگی جامعه

جامعه

بیشترین تأثیر را دارد. در نتیجه با توجه به وزن مؤلفه‌های اصلی و زیرمؤلفه‌ها با استفاده از مقایسات زوجی، به لحاظ اهمیت و تأثیرگذاری بر موفقیت شرکت‌های استارت‌آپ در ایران، مؤلفه کلان اقتصادی، دولت و نهادهای عمومی، توسعه محصول، خصوصیات و توانایی کارآفرین، بالاترین تأثیر را دارا هستند. با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود.

الف) به منظور افزایش سهم بازار و جذب مشتریان جدید و توانایی پاسخ‌گویی به آنان، شرکت‌های استارت‌آپ با فناوری‌هایی کار کنند که ظرفیت آن‌ها را در کوتاه مدت افزایش دهد.

ب) افرادی که قصد ورود به حیطه کسب‌وکار استارت‌آپ را دارند، به نقش مثبت و تأثیرگذار سابقه کاری به خصوص در حوزه مشابه و مرتبط و برخورداری از آموزش‌های قبلی در حوزه کسب‌وکار اهمیت بالایی دهند.

ج) از آنجا که برقراری ارتباط با مشتریان و صنوف مختلف در انجام ایده و فروش محصول بسیار مؤثر است، مؤسسان کسب‌وکارها با سایر مراکز علمی و تحقیقاتی و نیز صنایع و سازمان‌های اجرایی مختلف ارتباط برقرار کنند. همچنین به منظور شناخت مشتریان و بررسی روزانه آن‌ها، شبکه‌های ارتباطی گسترده با مشتریان بالقوه تشکیل شود.

۲. وجود فرهنگ تأمین مالی استارت‌آپ‌ها در کشور

۳. اعتمادسازی و اطمینان جامعه

۴. بررسی پیشینه و تاریخچه موفقیت استارت‌آپ‌های مشابه

در بخش دوم، به منظور تعیین اعتبار مؤلفه‌های شناسایی شده، از روش تحلیل عاملی استفاده شد. بدین منظور در ابتدا، پرسش‌نامه‌ای مشتمل بر ۲۹ گویه بر اساس طیف لیکرت طراحی و در اختیار ۱۰۰ نفر قرار داده شد. پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ تعیین شد. در این خصوص، ضریب آلفای به دست آمده معادل ۸۵/۷ بود که می‌توان ادعا کرد که پرسش‌نامه طراحی شده دارای پایایی قابل قبولی است و از انسجام درونی مناسب و مطلوبی برخوردار است. در ادامه به منظور بررسی روایی سازه، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول نشان داد که زیرمؤلفه‌های استخراج شده برای هر کدام از مؤلفه‌های اصلی مناسب و تبیین‌کننده آنها است. نتایج تحلیل عاملی مرتبه دوم در خصوص ارتباط مؤلفه‌های اصلی گویای آن است که تمامی مؤلفه‌های محیطی در تبیین موفقیت شرکت‌های استارت‌آپ در ایران مؤثر هستند و در این میان عامل کلان اقتصادی، دارای بالاترین بار عاملی است که در اولویت و با بیشترین تأثیر بر موفقیت شرکت‌های استارت‌آپ در ایران شناخته شده است. در پایان بررسی اهمیت و اولویت‌بندی مؤلفه‌های اصلی و زیرمؤلفه‌ها با استفاده از مقایسات زوجی سلسله مراتبی نشان داده است که به لحاظ اهمیت و تأثیرگذاری مؤثر بر موفقیت شرکت‌های استارت‌آپ در ایران، مؤلفه کلان اقتصادی با ۰/۳۹۱۵ واحد

۷. سهم نویسندگان

همهٔ نویسندگان به‌صورت برابر در تهیه و تدوین پژوهش حاضر مشارکت داشته‌اند.

۸. تضاد منافع

در این پژوهش هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.



شپوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

فارسی

نوپا بر اساس پویایی شناسی سیستم»، فصلنامه مدیریت بهره‌وری، شماره دوم، ۱۴۰۲.

- گلرخ، فرشته؛ خداداد حسینی، سیدحمید، «بررسی عوامل مؤثر بر قصد خرید مجدد آنلاین»، فصلنامه راهبرد، شماره اول، ۱۴۰۲.

- معتمد، فقیهه، «طراحی مدلی جهت موفقیت استارت‌آپ‌ها با استفاده از نقشه شناختی فازی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علم و هنر، ۱۳۹۸.

- مهدیان، یاسمن؛ عالیخانی، علی؛ نیکقدم حجتی، ساناز، «شناسایی و رتبه‌بندی عوامل تأثیرگذار بر موفقیت استارت‌آپ‌ها»، کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در مدیریت و حسابداری، دانشگاه شیخ بهایی، اصفهان، ۱۳۹۶.

- میرفخرالدینی، سیدحیدر؛ زنجیرچی، سید محمود؛ توکلین، علیرضا، «شناسایی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر استارت‌آپ‌ها با استفاده از تکنیک دلفی فازی»، چهارمین کنفرانس مدیریت صنعتی، دانشگاه یزد، ۱۳۹۸.

- پهلوان شریف، سعید؛ شریف‌نیا، سیدحمید، تحلیل عاملی و مدل‌سازی معادلات ساختاری از صفر تا استادی با نرم‌افزار SPSS، جلد اول، چاپ دوم، تهران، انتشارات جامعه‌نگر، ۱۴۰۱.

- حسینی، سیدرسول؛ فرخیان، ساحل؛ تقوی، هادی، «شناسایی عوامل مؤثر بر برندسازی هم‌آفرینی در استارت‌آپ‌ها با بهره‌گیری از فراترکیب»، فصلنامه مطالعات مدیریت کسب‌وکار هوشمند، شماره چهل و چهارم، ۱۴۰۲.

- خلوت، بهنام، «شناسایی و تحلیلی بر مؤلفه‌های بنیادین مرگ استارت‌آپ‌ها»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علم و هنر، ۱۳۹۸.

- سلمانزاده، علی، «وضعیت استارت‌آپ‌ها در ایران و جهان»، فصلنامه مدیریت کسب‌وکار، شماره سیزدهم، ۱۴۰۱.

- طرزمی، الناز، «استراتژی و اصول مدیریت استارت‌آپ‌های نوپا»، فصلنامه چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، شماره چهل و دوم، ۱۴۰۲.

- طالبی، محبوبه؛ نوربخش، پریوش؛ زارعی، علی؛ نوربخش، مهوش، «طراحی مدل و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری استارت‌آپ‌های ورزشی»، فصلنامه مطالعات مدیریت ورزشی، شماره دوم، ۱۴۰۲.

- عدل‌دوست، حمید؛ البرزی، محمود؛ موسوی، امین، «طراحی مدل پویای مدیریت کسب‌وکارهای

- Olugbola, S. A. (2017). Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator. *Journal of Innovation & Knowledge*, 2, pp. 155–171.
- Santisteban, J. and Mauricio, D. (2017). Systematic literature review of critical success factors of information technology startups. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(2), pp. 1-23.
- Santos da Silva, D., Cerqueira, A. and Brandao, E. (2016). Portuguese Startups: a success prediction model. FEP Working Papers, Economic and Management, pp. 1-46.
- Schwab, Klaus. (2017). The Global Competitiveness Report 2016–2017. World Economic Forum.
- Tomy, S. and Pardede, E. (2018). From Uncertainties to Successful Start Ups: A Data Analytic Approach to Predict Success in Technological Entrepreneurship. *Sustainability*, 16(10), pp. 1-24.
- Brattström, A. (2019). Working with startups? these are the three things you ought to know about startup teams. *Technology Innovation Management Review*, 9(11).
- Chang-Ryong, & Jong-In An., (2019). Success factors of student startups in Korea: From employment measures to market success. *Asian Journal of Innovation & Policy*, 8(1).
- Demers J., 2016. "The Definitive Guide to Marketing Your Business Online", <https://www.entrepreneur.com/article/252813>.
- Gopalakrishnan, K., (2016). Government must clearly define what a startup is. Cited: 26th October 2017 from <http://tech.economictimes.indiatimes.com/catalysts/government-must-clearly-define-what-a-startup-is/1138>
- Gupta, H., & Barua, M. K. (2016). Identifying enablers of technological innovation for Indian MSMEs using best–worst multi criteria decision making method. *Technological Forecasting and Social Change*, 107, 69-79.
- Lance, V. (2016). Top 20 Reasons Why Startups Fail (infographic). USA: Forbes.



شرکت پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی