

## مدل منظومه‌ای ایجاد کسب و کارهای نوپا و نوآور

مهین رحیم‌پور\*، محمود یحیی‌زاده\*\*، حسنعلی آقاجانی\*\*، عادل آذر\*\*\*

### چکیده

کسب و کارهای نوپا و نوآور از مهم‌ترین کسب‌وکارها برای اشتغال‌زایی و خلق ثروت برای کشورها محسوب می‌شوند. برای توسعه کسب‌وکارهای نوپا و نوآور نیاز به وجود سیستم‌منظومه‌ای و اثربخش متناسب با ماهیت و نیازهای جامعه، برنامه‌های توسعه ملی و طرح‌ریزی و ایجاد کسب‌وکارها است. پژوهش حاضر با هدف ارائه مدلی با رویکرد کیفی فرا ترکیب در چارچوب سوالات چندمنظوره تحقیق انجام شده است. با توجه به استفاده از روش فراترکیب، در این پژوهش به بررسی مقالات و گزارش‌های مؤسسات مشاوره معتبر پرداخته شده است. نتایج نشان داده که مدل منظومه‌ای ایجاد کسب و کارهای نوپا و نوآور شامل ده عنصر کلیدی تیم کسب‌وکارهای نوپا و نوآور، سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری، منابع مالی، بازار و رقبا، ایده‌ها، متغیرهای کلان، بسترهای مشهود و نامشهود، استقرار شرکت‌های بزرگ، فرهنگ کارآفرینانه و مدیریت استعدادها می‌شود. ابعاد و شاخص‌های مرتبط با هر یک از عناصر کلیدی در یافته‌های پژوهش ارائه شده است.

کلیدواژه‌ها: نوآوری؛ کسب‌وکارهای نوپای نوآور؛ مدل منظومه‌ای؛ فراترکیب

## ۱. مقدمه

نوآوری دنیا را تغییر و فرصت‌های جدیدی را به وجود آورده است که برای داشتن نقش کلیدی در اقتصاد جهانی باید به طور مداوم کسب‌وکارهای خود را با آن تطبیق دهند. در واقع، تغییرات فناورانه به سرعت در حال شکل‌دهی مجدد به اقتصاد جهانی هستند، بنابراین ترویج نوآوری بیش از پیش برای دولت‌ها و رهبران کسب‌وکار در اولویت قرار گرفته است [۱۹]، [۱۷]. همزمان با رشد و توسعه فناوری، کسب‌وکارهای نوپا و نوآور نیز با نرخ رشد قابل توجهی سالانه افزایش می‌یابند. کسب‌وکارهای نوپا و نوآور<sup>۱</sup> به معنی شرکت یا کسب‌وکار نوپا است و کسب‌وکاری است که برای رفع یک نیاز به تازگی و در نتیجه کارآفرینی ایجاد شده، رشد سریعی دارد و راه‌حلی نوآورانه و با دوام را برای تولید در بازار پیشنهاد می‌کند، این شرکت‌ها مبتنی بر ایده‌هایی ریسک‌پذیر هستند که مدل کسب‌وکارشان تقریباً نامشخص است و بازار هدفشان نیز در حد فرضیه در نظر گرفته می‌شود. شرکت‌های نوپا شرکت‌هایی هستند که رشد سریعی دارند و از فناوری‌های مختلف بهره می‌گیرند. شرکت‌های نوپا از دو دهه قبل مورد توجه قرار گرفتند و در کشورهای توسعه‌یافته ارزش این شرکت‌ها به طور فزاینده‌ای در بازارهای سرمایه افزایش یافت. ظهور فناوری اطلاعات و بسترهای آن نقش مهمی در این افزایش داشته و مشخصاً در این دوره شرکت‌هایی فناوری محور شکل گرفتند [۲۳].

کسب‌وکارهای نوپا محرک‌های تغییر ساختاری به‌شمار می‌آیند که ایده‌های جدید نوآورانه را شناسایی کرده، منجر به ایجاد شغل شده و پایه‌های رشد آتی را تضمین می‌کنند. بنیان‌گذاران کسب‌وکارهای نوپا را باید نوآوران ارزشمندی تلقی کرد که به دلیل نقشی که در توسعه و اشاعه نوآوری و همچنین ایجاد اشتغال دارند برای توسعه اقتصادی کشور بسیار مهم هستند. در حالی که دولت‌ها در سراسر جهان با چشم‌اندازهای نامطمئن اقتصادی و چالش‌های اجتماعی مهم مواجه هستند، به شرکت‌های نوپا به‌منزله یک منبع مهم رشد اقتصادی و انسجام اجتماعی می‌نگرند [۲]، [۱۷]. کسب‌وکارهای نوپا و نوآور می‌توانند تأثیر مثبتی بر توسعه اقتصادی یک کشور و همچنین رقابت‌پذیری آن در صورت ارائه محصولات و خدمات جدید داشته باشند. به همین دلیل سیاست‌گذاران در کشورهای توسعه‌یافته توجه خود را بر تقویت استارت‌آپ‌ها به دلیل اشتغال‌زایی بالا و خلق ثروتشان معطوف کرده‌اند. البته موفقیت استارت‌آپ‌ها تنها مربوط به کشورهای توسعه‌یافته نبوده بلکه طی سال‌های اخیر سیستم‌های منظومه‌ای کسب‌وکارهای نوپا و نوآور در کشورهای در حال توسعه و نوظهور از جمله چین و هند نیز رشد قابل توجهی داشته‌اند [۲۳].

طی ۱۵ سال اخیر، سهم قابل توجهی از رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی در ایالات متحده آمریکا ناشی از فعالیت کسب‌وکارهای پررشد مبتنی بر فناوری مانند اپل، آمازون، سیلز فورس<sup>۲</sup>، وی ام ویر<sup>۳</sup>، فیس بوک، توییتر، گوگل، گروپون و زینگا بوده است. از تولید ناخالص داخلی معادل ۲۰ تریلیون دلار برای آمریکا، بخش قابل توجهی را این استارت‌آپ‌های موفق خلق کرده‌اند. درحالی‌که موفق‌ترین استارت‌آپ‌های فناوری مانند فیس بوک، گوگل و آمازون طی دو دهه اخیر به کسب‌وکارهای بزرگ و فعال در اقتصاد جهانی تبدیل شده‌اند بسیار محتمل است که نقش‌آفرینان اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۵ کسب‌وکارهایی خواهند بود که تاکنون نام آن‌ها به گوش کسی نخورده یا وجود نداشته‌اند. اما استارت‌آپ‌ها علاوه بر خلق ثروت، منجر به اشتغال‌زایی نیز می‌شوند. براساس مطالعه کافمن طی ۲۸ سال اخیر کسب‌وکارهای نوپا و نوآور در آمریکا مسئولیت خلق شغل‌های کاملاً جدید را برعهده داشته‌اند. بنابراین روشن است که در دهه‌های آتی سیستم‌منظومه‌ای دارای کسب‌وکارهای نوپا و نوآور پررشد از اقتصاد پررونق نیز بهره‌مند خواهند شد [۱۴].

<sup>1</sup> Startup

<sup>2</sup> salesforce

<sup>3</sup> VMware

بنابراین برای موفقیت کسب‌وکارهای نوپا نیاز به یک سیستم‌منظومه‌ای نوآور مختص آن‌ها است. حمایت از کسب‌وکارهای نوپای نوآور در مرحله توسعه محصول یا کسب‌وکار جهت تبدیل آن‌ها به سازمانی مستقل و اثبات نیازمند یک اکوسیستم خاص استارت‌آپی است و به عبارتی دیگر سیستم‌منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور زمینه‌ساز ایجاد، رشد و توسعه کسب و کارهای نوپا و نوآور خواهد شد. اکوسیستم استارت‌آپی از اجزا و عناصر مختلفی تشکیل شده است که در مطالعات مختلف در کشورها سیستم‌منظومه‌ای خاص آن کشورها طراحی شده اما یک الگوی سیستم‌منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور بر مبنای آخرین مطالعات ارائه نشده است. هدف پژوهش حاضر ارائه یک مدل نو و جامع اکوسیستم استارت‌آپی به منظور توسعه کسب‌وکارهای نوپای نوآور با رویکرد کیفی فراترکیب است. بدین منظور در این پژوهش در ادامه مبانی نظری و پیشینه پژوهش بررسی خواهد شد، سپس روش‌شناسی پژوهش با استفاده از روش فراترکیب تشریح و در ادامه یافته‌های پژوهش مبتنی بر رویکرد فراترکیب ارائه خواهد شد، در پایان نیز نتیجه‌گیری و ارائه مدل شامل عناصر، اجزا و شاخص‌های سیستم‌منظومه‌ای کسب‌وکارها اظهار می‌شود.

## ۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### سیستم‌منظومه‌ای نوآوری

به منظور پاسخ به تغییرات جهانی در حوزه‌های اجتماعی، فناورانه، زیست‌محیطی، مالی، کسب‌وکارها و گروه‌های سیاست‌گذار به دنبال معیارهایی جهت تحریک نوآوری هستند. واژه سیستم‌منظومه‌ای نخستین بار در سال ۱۹۳۵ در مقاله «نظریه‌های زندگی گیاهی» مطرح شد. از آن زمان این واژه در زمینه‌های مختلف از جمله زیست‌شناسی (مانند زیست‌شناسی اکوسیستم‌ها، زیست‌شناسی سامانه‌ها)، کسب‌وکار (سیستم‌منظومه‌ای کسب‌وکار)، نرم‌افزار (سیستم‌منظومه‌ای نرم‌افزار)، کارآفرینی (سیستم‌منظومه‌ای کارآفرینی) مورد استفاده قرار گرفته‌اند. از سیستم‌منظومه‌هایی که در عصر حاضر بسیار مورد توجه قرار گرفته سیستم‌منظومه‌ای نوآوری است. سیستم‌منظومه‌ای نوآوری در اوایل قرن جدید میلادی، در راستای پاسخ‌گویی به تقاضای اقتصاد دانش‌بنیان، ظهور و بروز کرده است. در این مفهوم، محصولات، نوآوری‌ها و فرآیندهای توسعه به‌طور فزاینده‌ای غیرخطی و مبتنی بر شبکه‌های همکاری هستند [۳۰]. مرور پیشینه گسترده‌ای از اصطلاحات مرتبط با هم را در حوزه اکوسیستم نشان می‌دهد که برخی از آن‌ها شامل: سیستم‌منظومه‌ای کسب‌وکار، سیستم‌منظومه‌ای نرم‌افزار، پلت‌فرم، سیستم‌منظومه‌ای صنعتی، سیستم‌منظومه‌ای کسب‌وکار دیجیتال، سیستم‌منظومه‌ای کارآفرینی/ کسب و کارهای نوپا و نوآور. از این‌رو «سیستم‌منظومه‌ای» مطرح شده که گونه‌های متنوعی از آن نیز در حوزه علم، فناوری و نوآوری ارائه گردیده از جمله سیستم‌منظومه‌ای نوآوری و سیستم‌منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور که در پی اهمیت کارآفرینان و کسب‌وکارهای نوپای نوآور در ظهور و توسعه نوآوری در جهت اشتغال‌زایی و درآمدزایی ایجاد می‌شوند.

امروزه سیستم‌منظومه‌ای نوآوری به‌منزله محرک برجسته برای ایجاد و افزایش منافع حاصل از نوآوری مورد توجه قرار گرفته است. سیستم‌منظومه‌ای نوآوری می‌تواند پیش زمینه توسعه اقتصادی-اجتماعی و زیست‌گاهی از بازیگران باشد که هدف این بازیگران خلق، ذخیره و انتقال دانش، مهارت و مصنوعات است که بتوانند فناوری‌های جدید را تعریف کنند، توانایی توسعه فناوری و نوآوری را تقویت نمایند و تعاملات بین موجودیت‌های نهادی (مثل صنعت، دانشگاه و دولت) مشارکت‌کننده در سیستم‌منظومه‌ای نوآوری را بسازند [۱۶]. بهره‌برداری موفق از این سیستم‌منظومه‌ای به هم‌افزایی عواملی وابسته است که می‌توانند در مسائل مرتبط با حاکمیت، استراتژی و رهبری، فرهنگ سازمانی، منابع مالی، مدیریت منابع انسانی، افراد، شرکا و فناوری و خوشه‌بندی پیدا

شوند [۸]. لذا بر این اساس، هدف اصلی در سیستم‌منظومه‌ای نوآوری خلق نوآوری از طریق هم‌آفرینی است [۲۹].

### اکوسیستم کسب و کارهای نوپا و نوآور

در سال‌های اخیر و به‌ویژه پس از بحران جهانی مالی در سال ۲۰۰۸، مطالعات مختلفی مفهوم جدید به نام «سیستم‌منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور» را مطرح کرده‌اند. مؤسسه کسب و کارهای نوپا و نوآور ژنوم در اولین گزارشی که سال ۲۰۱۲ منتشر کرده به بررسی ۲۰ سیستم‌منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور برتر جهان پرداخته است. درحالی که موفق‌ترین کسب و کارهای نوپای نوآوری طی دو دهه اخیر نمونه‌هایی چون گوگل، فیسبوک و آمازون بوده‌اند اما بسیار محتمل است که در سال ۲۰۲۵ شرکت‌هایی محرک اقتصاد جهانی هستند که امروز اسمی از آنان وجود ندارد و شاید حتی هنوز راه اندازی نشده‌اند. قطعاً برخی از این شرکت‌ها از سیلیکون خواهند بود اما باید انتظار ظهور فزاینده کسب و کارهای نوپای نوآوری از نقاطی غیرقابل تصور چون بنگلادش، سائوپاولو، سنگاپور و سیستم‌های منظومه‌ای دیگر را داشت که در حال رقابت شدید بر سر ترکیب سرمایه‌گذاری، بنیان‌گذاران، استعدادها و فرهنگی که منجر به رونق اکوسیستم استارت‌آپی می‌شود هستند. با وجود میلیاردها دلار در معرض خطر، جای تعجب نیست که دولت‌ها توجه ویژه‌ای به این موضوع دارند [۲۳].

اما فراتر از خلق ثروت، کسب و کارهای نوپای نوآور منجر به خلق شغل به تعداد شغل بسیار زیاد می‌شوند. در واقع کسب و کارهای نوپای نوآور تنها شرکت‌هایی هستند که رشد خالص اشتغال جدید را به همراه دارند [۱]. مطالعه تأثیرگذار کافمن نشان داد که در طی بیش از ۲۸ سال اخیر کسب و کارهای نوپای نوآور به‌طور کامل خالق شغل آمریکا را به خود اختصاص داده‌اند. علاوه بر این، این یافته شگفت‌انگیز برای هر سال نیز صدق کرده و در ۲۱ سال از ۲۸ سال (۷۵ درصد) بررسی شده، کسب و کارهای نوپای نوآور به تنهایی سالانه خالق مشاغل جدید به‌طور خالص بوده‌اند. بنابراین در یک جمله می‌توان نتیجه‌گیری کرد که در دهه‌های پیش‌رو، پررونق‌ترین اقتصادها آن‌هایی هستند که پررونق‌ترین سیستم‌های منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور را دارند [۱۴].

اهمیت کسب و کارهای نوپا در اقتصاد کشورهای مختلف به قدری شناخته شده که چه کشورهای توسعه‌یافته چه کشورهای در حال توسعه ظرفیت‌ها و فرصت‌های متعددی در اختیارشان قرار می‌دهند و از آن‌ها به‌مثابه راه‌حل برون‌رفت از مشکلات اقتصادی یاد می‌کنند. در چند دهه اخیر با توجه به رشد فزاینده کسب و کارهای استارت‌آپی و چالش‌های این کسب و کارها که در اشتغال‌زایی و خلق ثروت و تولید ناخالص داخلی کشور نقش به‌سزایی دارند نیاز به سیستم‌منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور به‌منزله بستر بسیار مناسب برای کاهش چالش‌ها و همچنین بهره‌برداری از کسب و کارهای استارت‌آپی بیش از پیش احساس می‌شود. کسب و کارها نوآور مجموعه‌ای نوپا هستند که راه‌حلی نوین برای مسأله‌ای خاص ارائه داده اما تضمینی برای موفقیت از طریق راه‌حل ارائه شده ندارند. باید اذعان داشت که کسب و کارهای نوپای نوآور معمولاً فاقد مدل کسب و کار مشخص بوده و بازار هدفشان فرضی است اما با این وجود در صورت موفقیت آن چنان تأثیری بر زمینه‌های مختلف به‌ویژه فناوری دارند که بسیاری از شرکت‌های بزرگ سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی در این ایده‌ها انجام داده‌اند. کسب و کارهای نوپای نوآور در صورت موفقیت می‌توانند به شرکت‌های بزرگ با درآمدهای بسیار بالا تبدیل شوند همان‌گونه که فیس‌بوک و گوگل نیز ابتدا کسب و کارهای نوپای نوآوری کوچک محلی یا دانشگاهی بوده‌اند و اکنون از بزرگ‌ترین و اثرگذارترین کسب و کارهای دنیا هستند. تعاریف متعددی از کسب و کارهای نوپای نوآور ارائه شده اما فارغ از تعاریف مختلف معمول‌ترین تعریف این است که مبتنی بر رسانه‌های دیجیتال و فناوری بوده و با شتاب بسیار زیادی رشد می‌کنند. در ایران نیز فعالیت‌های کسب و کار نوپای نوآور در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته فعالان بخش ارتباطات و فناوری بر اهمیت نقش آن‌ها در توسعه اقتصادی اجتماعی و اشتغال‌زایی اذعان داشته‌اند [۱۱].

تاکنون تعاریف مختلفی در مورد کسب‌وکارهای نوپای نوآور ارائه شده است. هر یک از این تعاریف ممکن است مبتنی بر یک یا چند مفهوم کلیدی از قبیل «توانایی رشد در مقیاس‌های بسیار بزرگ‌تر»، «استفاده از فناوری‌های جدید» به‌منزله عامل اصلی، «نوآوری در محصول یا خدمات» و «تازه تأسیس بودن»، «وجود ریسک برای رسیدن به موفقیت» باشند به این ترتیب می‌توان گفت ارائه یک تعریف جامع و کامل برای استارت‌آپ‌ها مشکل است. به زعم استیو بلانک کسب‌وکار نوپای نوآور، سازمانی است که در جستجوی یک مدل کسب‌وکار که قابل تکرار و مقیاس‌پذیر باشد شکل گرفته است. مقیاس‌پذیری از ویژگی‌های سیستم است که قابلیت انجام فعالیت را در مقیاس‌های بزرگ‌تر هم به شکل پایدار فراهم می‌کند. استیو بلانک کسب‌وکار نوپای نوآور را شرکت یا کسب‌وکاری کوچک تعریف می‌کند که هدف آن تبدیل شدن به یک مدل کسب‌وکار تکرارپذیر، قابل گسترش و مقیاس‌پذیر است [۴].

اریک ریس نیز کسب‌وکار نوپای نوآور را این‌گونه تعریف می‌کند: نهادی انسانی که در پی خلق محصول یا خدمتی جدید در شرایط غیر قابل اطمینان یا در تعریفی دیگر از پل گراهام کسب‌وکارهای نوپای نوآور کسب‌وکارهایی هستند که برای رشد سریع راه‌اندازی می‌شوند. کسب‌وکارهای نوپا معمولاً در مرحله توسعه و پژوهش‌های بازار هستند و در دنیای «دات کام» که مبتنی بر فناوری است موفقیت‌های چشمگیری را شاهد بوده و به شرکت‌های بزرگی چون مایکروسافت، فیس بوک و گوگل تبدیل شده‌اند. آن‌ها غالباً از یک ایده‌نوآورانه شکل گرفته یک تیم کاری را شامل می‌شوند. ویژگی مهم آن‌ها رشدپذیری سریع در آینده نزدیک است که رشد بیش از انتظار معمول و همچنین بازگشت سرمایه بالا در صورت موفقیت به جذابیتهای برای سرمایه‌گذاران تبدیل شده است [۱۵]. کسب‌وکارهای نوپا از نوآوری‌های متعددی استفاده می‌کنند اما نمی‌توان هر کسب‌وکاری را کسب‌وکار نوپای نوآور نامید معمولاً آن‌هایی که با رشد سریع فناوری همراه‌اند متفاوت از سایر کسب‌وکارهای فاقد این ویژگی هستند. هرمان و همکاران (۲۰۱۵) معتقدند که احتمال موفقیت یک کسب‌وکار کوچک سنتی ۷۵ درصد بوده در حالی که یک کسب‌وکار نوپای نوآور در مقابل ۷۵ درصد احتمال موفقیت را در ازای ایده نو و منطقی بودن طرح کسب‌وکارش جهت جذب سرمایه‌گذار دارا خواهد بود. درخصوص کسب و کارهای نوپا و نوآور نیز مطالعات متعددی پدیده اکوسیستم استارت‌آپی را بررسی کرده‌اند. یک اکوسیستم استارت‌آپی در منطقه جغرافیایی مشخصی عمل می‌کند یا به وجود می‌آید و شامل بازیگران مختلفی چون کارآفرینان، سرمایه‌گذاران و سایر افرادی که منافع شخصی در این سیستم‌منظومه‌ای دارند می‌شود. این بازیگران با نهادهای حمایتی چون آژانس‌های تأمین مالی، دولت و نهادهای آموزشی همکاری می‌کنند. سیستم‌منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور در دنیا در حال توسعه یافتن است و کارآفرینان اصلی‌ترین بازیگران در شکل‌گیری این سیستم‌های منظومه‌ای هستند [۱۵].

براساس گزارش مؤسسه استارت‌آپ ژنوم بیش از بیست سیستم‌منظومه‌ای استارت‌آپی در سطح جهان وجود دارند که کمک‌های مالی متفاوتی به آن‌ها می‌شود، اندازه بازار بزرگی دارند و سرمایه‌گذاری‌های زیادی در آن‌ها انجام می‌شود. از این بین، بهترین آن‌ها دره سیلیکون است که در پنجاه سال گذشته توسعه چشمگیری داشته است. پدیده فراگیر شده سیستم‌منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور، در ابتدا در دره سیلیکون و شهر نیویورک توسعه یافت. اکوسیستم استارت‌آپی محیطی است که تحت تأثیر تعدادی بنیان‌گذار خلاق و گروهی از بنگاه‌هایی قرار دارند که این بنگاه‌ها شامل استارت‌آپ‌ها و موجودیت‌هایی هستند که هماهنگ و همسو با سایر بازیگرانی به دنبال اهداف مشترکی هستند. آلیسا (۲۰۱۳)، در خصوص اکوسیستم استارت‌آپی اظهار می‌دارد که این اکوسیستم به‌منزله جامعه‌ای از جویندگان دارای ایده و مهارت خاص، بنگاه‌های جوان در مراحل اولیه شکل‌گیری، مراکز رشد با مربی و سرمایه، متقاضیان اولیه و رسانه است. این عناصر یا موجودیت‌های مرتبط به هم، با هم در تعامل

بوده و به همدیگر کمک می‌کنند و هنگامی که ارزش خود را بالا می‌برند، باعث تقویت و رشد اکوسیستم می‌شوند. هدف اصلی هر سیستم‌منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور توسعه شبکه‌های خودپایداری از استعداد و منابعی است که به دنبال حل مسائل تأثیرگذار بر جوامع هستند [۳].

ذی‌نفعان سیستم‌منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور می‌توانند از مجموعه‌ای شامل دانشگاه‌ها، مدارس، دولت، بخش خصوصی، سرمایه‌گذاران، بانک‌ها، کسب‌وکارهای خانوادگی، ارتش، مراکز پژوهشی، مؤسسات خصوصی، دانش‌آموزان، و کلاً به وجود آیند و سیستم‌منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور از مجموعه‌ای از این ذی‌نفعان کسب و کار تشکیل شده است. این ذی‌نفعان به‌منزله اعضا، استارت‌آپ‌ها و یا فراهم‌کنندگان خدمات بوده و اعضا مانند کارآفرینان، سرمایه‌گذاران خصوصی و مشاوران هستند. فراهم‌کنندگان خدمات مانند محصولات و خدمات، تأمین‌کنندگان مالی، انجمن‌های کارآفرینی، نهادهای دانشی و آژانس‌های دولتی هستند [۲۲]. با این وجود سه عنصر اصلی در اکوسیستم کارآفرینی که برای موفقیت آن ضروری هستند، کارآفرینان، سرمایه‌گذاران خصوصی و مشاوران هستند. بنیان‌گذاران کسب‌وکارهای نوپا به‌منزله اساس سیستم‌منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور است و ایده‌ها و مهارت‌های کسب‌وکار این افراد است که باعث ظهور و رشد شرکت‌ها می‌شود. مشاوران افرادی هستند که مربی‌گری را جهت بهبود توانمندی‌های کارآفرینان انجام می‌دهند. این مشاوران شامل سرمایه‌گذاران خطرپذیر، فرشتگان، اساتید دانشگاهی، افرادی از حوزه‌های کسب‌وکار و همکاران کارآفرینان هستند.

مشاوره باعث می‌شود تا کارآفرینان اشتباهات کمتری در انجام کار خود مرتکب شوند و سریع‌تر به اهداف خود برسند. سرمایه‌گذاران خصوصی فرصت‌های مناسب را برای کسب‌وکارهای نوپا و نوآور فراهم می‌کنند [۳]. تمام عواملی که ذکر شد، منجر به اجتماع جغرافیایی خاص با تمرکز بالای کسب‌وکارهای نوپا و نوآور در چند دهه اخیر شده است که در نقش یک کارخانه بزرگ، کسب‌وکارهای نوپای نوآوری متعددی در آن متولد می‌شوند و در این میان تعداد قابل توجهی به موفقیت دست می‌یابند. کسب‌وکارهای نوپای نوآور مانند بذرها می‌باشند که در زمین کاشته می‌شوند. تعدادی از آن‌ها می‌میرند تعدادی نیز از این مرحله گذشته و به فعالیت خود ادامه می‌دهند و تعداد کمی در خاک ریشه زده و محصولاتی از آن‌ها می‌رویند که تغذیه کل جمعیت را تأمین می‌کنند و گاهی حتی فراتر از محل رفته و نیاز جهانی را نیز تأمین می‌کنند.

### پیشینه پژوهش

همان‌گونه که گفته شد سیستم‌های منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور نقش اساسی در توسعه کسب‌وکارها در دنیا دارند که منجر به اثرات اقتصادی و اجتماعی مهمی در سطح کلان می‌شوند. در این بخش الگوهای کلیدی آنها مورد بررسی قرار می‌گیرند.

مهم‌ترین عناصر سیستم‌های منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور شامل توسعه کمینه محصول پذیرفتنی، کارآفرینان، فناوری، بازار، عوامل حمایتی، تأمین مالی، سرمایه‌انسانی می‌شوند که هرکدام دارای ابعادی هستند. گزارش مؤسسه استارت‌آپ ژنوم به رتبه‌بندی سیستم‌های منظومه‌ای جهان پرداخته و بر اساس آن ۱۱,۰۰۰ کسب‌وکار نوپای نوآور در سیستم‌های منظومه‌ای ۲۵ کشور مورد بررسی قرار گرفته‌اند که براساس پنج متغیر عملکرد، تأمین مالی، استعداد، نفوذ در بازار و تجربه کسب و کارهای نوپا و نوآور، ۲۰ مورد برتر را معرفی نموده است. پنج عنصر کلیدی هر سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور در گزارش مذکور شامل عملکرد، تأمین مالی، استعداد، نفوذ به بازار، تجربه استارت‌آپی می‌شوند. منظور از عملکرد میزان موفقیت در خروج استارت‌آپ‌ها و تبدیل به کسب‌وکارهای بزرگ شدن، تأمین مالی یعنی سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر و مدت زمان لازم برای بازدهی بالا و افزایش سرمایه، استعدادهای کیفیت، میزان دسترسی به استعدادهای هزینه‌استعدادهای برتر فنی، نفوذ به بازار معادل درصد سهم از تولید ناخالص داخلی و دستیابی به مشتریان و بازارهای بین‌المللی و

در نهایت تجربه کسب و کارهای نوپا و نوآور داشتن مربیان کسب و کارهای نوپا و نوآور باتجربه، یا مؤسسان با پیشینه قبلی استارت‌آپ‌ها هستند [۲۳]. در پژوهشی دیگر عناصر کلیدی سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور شامل تأمین مالی، عوامل حمایتی، بازار، فناوری، کارآفرینان، سرمایه انسانی، آموزش و جمعیت‌شناختی می‌شود [۲۷].

اتاق بازرگانی و صنعت فدراسیون هند در مطالعه «درس آموخته‌هایی از سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور انگلیس»، مهم‌ترین عناصر آن را به دسترسی به بازار، دسترسی به سرمایه انسانی، دسترسی به منابع مالی، فرهنگ کارآفرینی، حمایت نهادی و سیاست‌گذاری مناسب دسته‌بندی می‌کند. هرکدام از این عناصر دارای ابعادی هستند، سیاست‌گذاری مناسب و سازگار شامل ابعاد تشویق آشکار داستان‌های موفقیت، حمایت‌های مالی مانند اعتبار مالیاتی پژوهش و توسعه، حمایت از پنتت، حمایت مالی بذر، مقررات سرمایه‌گذاری پسند و تسهیل انجام کسب‌وکار مانند قوانین ورشکستگی، الزام‌آور است قراردادها، حمایت از مالکیت فکری، قوانین کار-فرهنگ کارآفرینی شامل تحمل ریسک و شکست، محیط نوآوری و خلاقیت، ارجحیت خوداشتغالی، موقعیت اجتماعی مثبت کارآفرین، داستان‌های موفقیت شناخته شده- حمایت نهادی شامل شبکه‌های کارآفرینان، کنفرانس‌ها و انجمن‌های کارآفرینان، رقابت‌های برنامه کسب‌وکار، دسترسی به زیرساخت‌های اولیه مانند حمل‌ونقل، آب، برق، حمایت بالای حرفه‌ای مانند کارشناسان بانکی، سرمایه‌گذاری، فنی، قانونی، حسابداری، دسترسی به تأمین مالی شامل مقررات سرمایه‌گذار پسند، سرمایه‌گذاران فرشته، دوستان و خانواده، سهام خصوصی، بازارهای سرمایه عمومی، دسترسی به منابع بدهی مانند وام‌های خرد- دسترسی به بازار شامل پذیرندگان اولیه، کانال‌های توزیع، تخصص در زمینه تولید محصول دسترسی به آموزش آکادمیک باکیفیت، نظارت و ارزیابی و آموزش تخصصی کارآفرینان، دسترسی به نیروی کار مهاجر، دسترسی به برون‌سپاری می‌شوند [۲۵].

مجله فوربز در سال ۲۰۱۸ مهم‌ترین ورودی‌های یک سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور را دسترسی به استعدادها، دسترسی به سرمایه، دسترسی به ایده‌های خوب و دسترسی به مشتریان معرفی می‌کند. در این اکوسیستم حضور بازیگران مانند کارآفرینان، منتورها، سرمایه‌گذاران، مراکز رشد، دانشگاه‌ها، شرکت‌های بزرگ، رویدادها و انجمن‌ها، دولت و تأمین‌کنندگان خدمات الزامی هستند [۹]. براساس کسب و کارهای نوپا و نوآور کامنز سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور شامل کارآفرینان، شرکت‌های بزرگ، نهادهای حمایتی، دانشگاه‌ها، مؤسسات پژوهشی، تأمین‌کنندگان خدمات و نهادهای تأمین مالی می‌شوند [۲۲]. براساس مطالعه PWC در سال ۲۰۱۶ سیستم‌های منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور سنگاپور از سیستم‌های منظومه‌ای موفق بوده و به دلیل داشتن سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور قوی مکانی جذاب برای شرکت‌های نوپا است. حمایت‌های دولت در تأمین مالی، چندفرهنگی بودن، دسترسی آسان به بازارهای آسه آن و بازارهای توسعه یافته اروپا و آمریکا، وجود استعدادهای برتر محلی و جهانی و سیاست‌های قانونی مناسب دولت و ارائه طرح‌های تأمین مالی متنوع و متناسب با چرخه عمر کسب‌وکارهای نوپای نوآور از جذابیت‌های این اکوسیستم هستند [۲۰]. دیده‌بان جهانی کارآفرینی سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور را شامل فعالیت‌هایی می‌داند که منجر به وقوع کارآفرینی می‌شوند از جمله این فعالیت‌ها پشتوانه مالی، سیاست‌های دولت، برنامه‌های دولت برای کارآفرینی، زیرساخت تجاری و قانونی، قوانین ورود به بازار می‌توان نام برد [۲۸].

بابسون گلوبال، سیستم منظومه‌ای کسب‌وکارهای نوپا را بر مبنای شش عنصر سیاست‌گذاری، تأمین مالی، فرهنگ، بازار، سرمایه انسانی و حمایت‌ها معرفی می‌کند. بازار شامل ابعاد اصلی مشتریان اولیه و شبکه‌ها می‌شود. مشتریان اولیه دربرگیرنده پذیرندگان اولیه، تخصص در محصول‌سازی، مشتریان مرجع، کانال‌های توزیع و شبکه‌ها شامل شبکه‌های کارآفرینان، شرکت‌های چندملیتی و شبکه‌های محلی می‌شوند. سرمایه انسانی شامل

ابعاد نیروی کار و مؤسسات آموزشی است که منظور از نیروی کار وجود افراد ماهر و غیرماهر و کارآفرینان سریالی (سابقه شکست یا موفقیت قبلی) است و مؤسسات آموزشی شامل مؤسسات دانشگاهی و مؤسسات آموزش تخصصی کارآفرینی می‌شوند. حمایت‌ها در سیستم منظومه‌ای کسب‌وکارهای نوپا و نوآور در ۳ دسته زیرساخت‌ها، حمایت تخصصی و نهادهای غیردولتی صورت می‌گیرند. زیرساخت‌ها شامل زیرساخت‌های ارتباطات، حمل‌ونقل و پشتیبانی، انرژی، مراکز رشد و خوشه‌ها بوده و همزمان باید خدمات تخصصی در زمینه‌های حقوقی، حسابداری، سرمایه‌گذاری، کارشناسان فنی و مشاوران ارائه شود. علاوه بر نهادهای دولتی فعالیت‌های ترویج کارآفرینی در نهادهای غیرانتفاعی، طرح کسب‌وکار، کنفرانس‌ها و انجمن کارآفرین محور توسط نهادهای غیردولتی انجام می‌شوند. فرهنگ از دو بعد هنجارهای اجتماعی و داستان‌های موفقیت نشأت می‌گیرد. هنجارهای اجتماعی همان پذیرش ریسک و تحمل شکست، انجام نوآوری، خلاقیت و تجربه‌کردن، موفقیت اجتماعی کارآفرینان در جامعه، خلق ثروت و رویاپردازی است و داستان‌های موفقیت مربوط به موردهای برجسته که در جامعه قابل رویت است و خلق ثروت برای بنیان‌گذاران و شهرت آن‌ها از ابعاد دیگر هستند. تأمین مالی همان منابع مالی مورد نیاز کسب‌وکارهای نوپا از جمله وام‌های خرد، سرمایه‌گذاران فرشته، دوستان و خانواده، سرمایه‌های خطرپذیر در مراحل اولیه، صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر، سهام خصوصی، بازارهای سرمایه عمومی و بدهی می‌شوند. سیاست‌گذاری توسط دولت در زمینه‌های حمایت‌های مالی (به‌ویژه برای پژوهش و توسعه)، مشوق‌های چهارچوب مقرراتی مانند مشوق‌های مالیاتی، نهادهای پژوهشی، قانون‌گذاری سرمایه‌گذار محور، قوانین ورشکستگی، الزام‌آور بودن قراردادهای حقوق مالکیت و نیروی کار انجام می‌شوند [۱۳].

مطالعه گروه مشاوره بوستون، مهم‌ترین عناصر برای ایجاد یک سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور را منابع و دانش‌های بزرگ، آژانس‌های دولتی، دانشگاه‌ها، سرمایه‌گذاران خطرپذیر، مراکز رشد و کارآفرینان اظهار می‌دارد. چهار محور اساسی برای ایجاد این اکوسیستم شامل شبکه مشارکتی نوآوری، محیط کسب‌وکار مساعد برای رشد، استعدادها و تأمین مالی پایدار هستند. شبکه مشارکتی نوآوری شامل شرکت‌های بزرگ، نهادهای آموزشی و کسب و کارهای نوپا و نوآور می‌شود که نوآوری را شکوفا می‌کنند. محیط کسب‌وکار مساعد منجر به راه اندازی سریع و آسان کسب‌وکار، انجام کسب‌وکار و خاتمه سریع آن، در کنار ارائه مشوق‌های مالی برای شتاب‌دهی به رشد استارت‌آپ‌ها می‌شود. این اکوسیستم باید مملو از استعدادها با تحصیلات عالی و رقابتی دارای مهارت‌های تخصصی متناسب با نیاز بازار باشد. دسترسی متوالی به منابع مالی در تمام مراحل رشد و در بلندمدت برای رشد و موفقیت استارت‌آپ‌ها الزامی است [۲۵]. مؤسسه مشاوره دیلویت در مطالعه اکوسیستم استارت‌آپی لهستان ۵ عنصر کلیدی تأمین مالی، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی، محیط نهادی و تنظیم مقررات را برای توسعه هر سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور لازم و ضروری می‌داند [۷].

کوکیر و فون در مطالعه‌ای که به بررسی اکوسیستم استارت‌آپی بخش نرم‌افزار پرداخته‌اند ادعان داشته‌اند که برای ایجاد سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور عناصر کلیدی آموزش، فرهنگ، منابع مالی، مراکز پژوهشی دانشگاهی، بازار، شرکت‌های بزرگ، نهادهای تأمین مال، چارچوب قانونی، استارت‌آپ‌ها مراکز رشد و شتاب‌دهنده، فناوری‌ها، جمعیت‌شناختی، پارک‌های فناوری و رویدادها اساسی هستند [۶]. مؤسسه پژوهشی استارت‌آپ متر که در زمینه کارآفرینی، سیستم‌های منظومه‌ای و کسب و کارهای نوپا و نوآور فعالیت می‌کند سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور را مشتمل بر شش عنصر بازار، سرمایه انسانی، منابع مالی، زیرساخت، چشم‌انداز کسب و کارهای نوپا و نوآور و متغیرهای کلان مانند ثبات سیاسی و فساد اداری مطرح می‌کند [۲۴].



### ۳. روش‌شناسی پژوهش

امروزه انجام پژوهش‌های کیفی که عصاره پژوهش‌های انجام شده در یک موضوع خاص را به شیوه نظام‌مند و علمی فرآوری پژوهشگران قرار می‌دهد، به‌طور روزافزون گسترش یافته است. از روش‌هایی که به‌منظور بررسی و ترکیب و آسیب‌شناسی پژوهش‌های گذشته در چند سال گذشته معرفی شده است، فرامطالعه است. فرامطالعه، تجزیه‌وتحلیلی عمیق از کارهای پژوهشی انجام شده در یک حوزه خاص است. در سال‌های گذشته بیشتر از فراتحلیل نام برده شده است؛ ولی باید گفت که فرامطالعه با واژه‌هایی همچون فراتحلیل، فراترکیب، فرانظریه و فراروش متفاوت است. فرامطالعه کلیه این مفاهیم را در برمی‌گیرد [۱۸]. می‌توان فرانظریه را تحلیل نظریه‌های پژوهش‌های گذشته، فراروش را تحلیل روش‌شناسی پژوهش‌های گذشته، فراترکیب را تحلیل کیفی یافته‌های پژوهش‌های گذشته و فراتحلیل را تحلیل کمی یافته‌های پژوهش‌های گذشته دانست. در این پژوهش روش فراترکیب به کارگرفته شده است.

فراترکیب اطلاعات و یافته‌های استخراج شده از مطالعات کیفی دیگر با موضوع مرتبط و مشابه را بررسی می‌کند. در نتیجه، نمونه موردنظر برای فراترکیب، از مطالعات کیفی منتخب و بر اساس ارتباط آن‌ها با سؤال پژوهش تشکیل می‌شود. فراترکیب، مرور یکپارچه ادبیات کیفی موضوع موردنظر و تجزیه‌وتحلیل داده‌های ثانویه و اصلی از مطالعات منتخب نیست، بلکه تحلیل یافته‌های این مطالعات است. به عبارتی، فراترکیب، ترکیب تفسیر داده‌های اصلی مطالعات منتخب است. جامعه آماری در این پژوهش شامل گزارش‌های مؤسسات مشاوره مدیریتی همچون PWC، مؤسسه مشاوره بوستون، مؤسسه مشاوره دیلویت، مؤسسه کسب و کارهای نوپا و نوآور ژنوم، مؤسسه بابسون گلوبال و سایر مؤسسات معتبر جهانی و همچنین مقالات علمی پایگاه‌های معتبری همچون ساینس دایرکت و اسپرینگر در حوزه سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور هستند. ملاک اندازه نمونه آماری در این پژوهش کفایت و اشباع نظری است، به این معنی که با بررسی بیشتر مقالات، دیگر شاخص و معیار جدیدی در این حوزه نباشد. در روش فراترکیب نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند است. گردآوری داده به انجام تجزیه‌وتحلیل و نتیجه‌گیری داده‌ها با سرعت و دقت خوبی کمک شایانی می‌کند. در این پژوهش از ابزارهای مطالعه کتابخانه‌ای استفاده شده است. استفاده از منابع علمی معتبر در نشریات علمی پژوهشی داخلی و خارجی، مطالعه مقالات و رجوع به انتشارات معتبر بر غنای مطالعه کتابخانه‌ای می‌افزاید.

روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش روش کتابخانه‌ای است. در راستای این پژوهش، به بررسی سوابق پژوهشی در این زمینه پرداخته و با گردآوری و تجزیه‌وتحلیل یافته‌های این پژوهش‌ها یک جمع‌بندی و نتیجه‌گیری علمی ارائه خواهد شد. روایی و پایایی از جمله واژگان متداول در روش پژوهش محسوب می‌شوند؛ اما ماهیت و تعریف این واژگان در روش پژوهش کیفی و کمی متفاوت است. اصولاً برخی از پژوهشگران بر این باورند که در پژوهش کیفی مفاهیم روایی و پایایی فاقد موضوعیت است با این وجود برخی دیگر تعاریف متفاوتی از روایی و پایایی ارائه داده‌اند. واژه اعتبار غالباً به معنای صحت و سقم نتیجه حاصل از ابزار اندازه‌گیری است. حال آن که پایایی به این امر اشاره دارد که ابزار اندازه‌گیری تا چه اندازه دارای قابلیت کسب نتایج در تکرار آزمون را دارا است. در پژوهش‌های کیفی مراد از واژه اعتبار مفاهیمی همچون باورپذیری، وثوق‌پذیری و اعتماد به نتایج مدنظر است. لازم به ذکر است که اصولاً پژوهشگران کیفی ادعای دال بر اعتبار ابزار و نتایج پژوهش ندارند. در روش‌های پژوهش کیفی، غالباً پژوهشگر در پی اثبات اعتبار نتایج خود نیست. در این پژوهش برای پایایی از ضریب کاپا بهره گرفته است. ضریب کاپا در این پژوهش بیش از ۰/۶ و در سطح مطلوب قرار داشت.

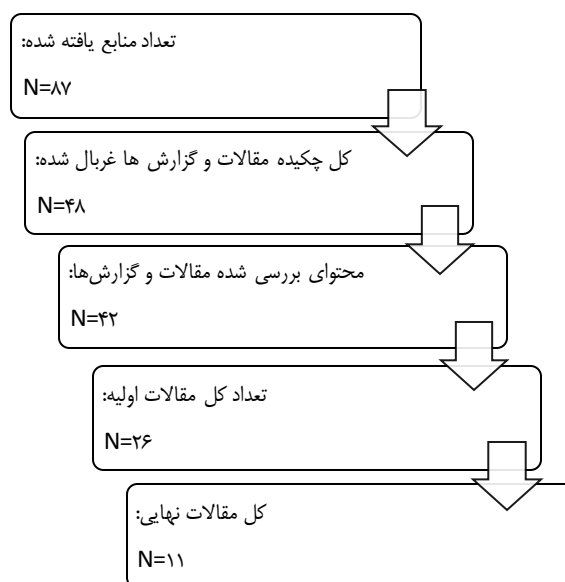
#### ۴. تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

در این بخش به تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش و ارائه یافته‌ها پرداخته می‌شود. فرا ترکیب مستلزم آن است که پژوهشگر بازنگری دقیق و عمیقی را نسبت به سند مورد مطالعه انجام دهد و یافته‌های پژوهش‌های قبلی را با یکدیگر ترکیب کند. در گذر این بررسی، ابعاد و مؤلفه‌های مکنون در مسئله بهتر بازنمایی می‌شود. بنابراین فراترکیب به بازنمایی نتایجی بیش از هر یک از مطالعات قبلی کمک می‌کند. سندلوسکی و باروسو الگوی هفت مرحله‌ای را به این منظور ارائه داده‌اند [۲۱].

مرحله نخست، تنظیم سؤال پژوهش: نخستین سؤال برای شروع فراترکیب چه چیزی است. در پژوهش حاضر ابعاد و شاخص‌های اکوسیستم استارت‌آپی مورد سؤال قرار گرفته است. در این مرحله با واژگانی چون نوآوری، کسب و کارهای نوپا و نوآور کسب و کارهای نوپای نوآور، سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور جستجوی پیشرفته صورت گرفت.

مرحله دوم، بررسی نظام‌مند مستندات: در این مرحله پژوهشگر با استفاده از واژگان کلیدی به جستجوی سیستماتیک مقالات منتشر شده در پایگاه‌های مختلف از جمله پایگاه‌های معتبر مقالات علمی و وب سایت‌های مؤسسات مشاوره معتبر می‌پردازد. در کل فرآیند جستجو و بررسی متون مرتبط تعاریف واژگان کلیدی به طور مستمر دوباره ارزیابی می‌شود.

مرحله سوم، جستجو و انتخاب مقالات و گزارش‌های علمی مرتبط: در این گام پژوهشگر پس از جستجو و دریافت مستندات، مشخص می‌کند که آیا مقالات یافت شده متناسب با سؤال پژوهش است یا خیر. بنابراین مقالات مورد نظر و مرتبط چندین بار مورد بازبینی قرار می‌گیرد. در نهایت پژوهشگر در هر بازبینی تعدادی از مقالات را رد می‌کند. در پژوهش حاضر پس از فیلتر مقالات بر اساس رسیدن به اشباع نظری تعداد نهایی مقاله‌ها به ۱۱ عدد رسید.



شکل ۱. فرآیند گزینش مقالات و گزارش‌های منتخب

مرحله چهارم، ارائه یافته‌ها: پس از انتخاب گزارش‌ها و مقاله‌های منتخب، استخراج کدها از متون انجام می‌شود. مبنای استخراج کدها سؤالات پژوهش است که سؤالات این پژوهش شامل:

- سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور از چه عناصری تشکیل شده است؟

- عناصر سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور دارای چه ابعادی هستند؟
  - ابعاد سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور دارای چه شاخص‌هایی هستند؟
- لازم به ذکر است که در پژوهش حاضر ۱۵۶ کد در نرم‌افزار مکس کیو دی ای ارجاعی شناسایی شد. از این حیث با در نظر گرفتن فراوانی در مجموع ۹۷ کد با فراوانی استخراج شد.
- مرحله پنجم، تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی: در پژوهش حاضر، ابتدا تمام عوامل استخراج شده و از مطالعات را به‌منزله کد در نظر گرفته می‌شود. سپس با در نظر گرفتن مفهوم هر یک از کدها، آن‌ها در یک مفهوم مشابه دسته‌بندی می‌شود. به این ترتیب بر مبنای کدهای استخراج شده تم‌ها ایجاد شده‌اند و بر مبنای تم‌های مرتبط با آن مفاهیم محوری شکل گرفته است. مبنای دسته‌بندی این کدها برحسب میزان تشابه کدهای مختلف با یکدیگر است. در جدول ۱ نمونه‌ای از کدگذاری را مشاهده می‌کنید. در هر تم تعدادی کد به‌منزله نمونه آورده شده است.

جدول ۱. دسته‌بندی کدها به تم و مقوله‌های پژوهش

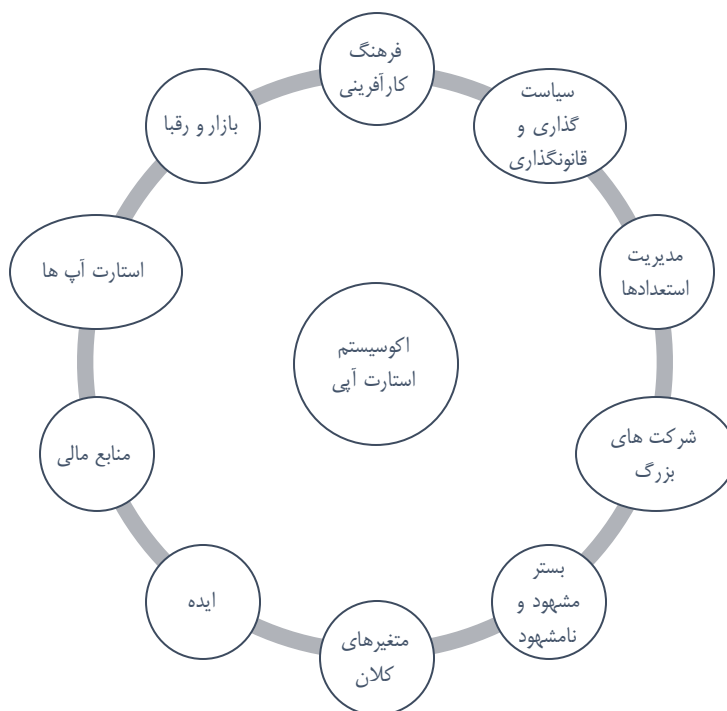
مقوله	تم	کد	منبع
کسب و کارهای نوپا و نوآور	ویژگی تیم	تنوع، تخصص، سن، جنسیت، نژاد، تحصیلات	[۲۳]، [۲۷]، [۲۲]، [۲۰]، [۲۵]، [۶]
	تجربه پیشین راه‌اندازی بنیان‌گذاران	شکست در راه‌اندازی کسب و کارهای قبلی، موفقیت در راه‌اندازی کسب و کارهای قبلی	[۲۳]، [۲۷]، [۲۲]، [۲۵]، [۶]
منابع مالی	بیرونی	سرمایه‌گذاران خطرپذیر، سرمایه‌گذاران فرشته، تأمین مالی جمعی، منابع بدهی مانند وام، ارزش‌های دیجیتال	[۲۳]، [۲۶]، [۲۷]، [۲۲]، [۲۰]، [۱۳]، [۷]، [۲۵]، [۶]، [۲۴]
	درونی	منابع خودراه‌انداز، خانواده، دوستان	[۲۳]، [۲۷]، [۲۶]، [۲۰]، [۱۳]، [۲۴]
بازار و رقبا	مشترکان مرجع و کلیدی	مشترکان سازمانی، مشتریان دارای شبکه ارتباطی گسترده، اینفلوئنسر	[۲۳]، [۲۷]، [۲۶]، [۲۰]، [۱۳]
	تعداد مشتریان	کل مشتریان، مشتریان وفادار، پذیرندگان اولیه محصولات و خدمات	[۲۳]، [۲۶]، [۱۳]، [۲۴]
	دسترسی به بازار	بازارهای داخلی، بازارهای منطقه، بازارهای بین‌المللی	[۲۳]، [۲۷]، [۲۶]، [۲۴]، [۲۰]
	مشوق‌ها و مقررات جذب سرمایه	مشوق‌های مالیاتی برای سرمایه‌گذاران و الزام-آور بودن قراردادهای سرمایه‌گذاری	[۲۷]، [۲۶]، [۲۰]، [۱۳]
سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری	قوانین کار	انعطاف‌پذیری در قوانین بیمه، انعطاف‌پذیری قوانین تأمین اجتماعی و قوانین کار	[۲۷]، [۲۶]، [۲۲]، [۲۰]، [۱۳]
	قوانین ورشکستگی	اعطای اعتبار و وام به بنیان‌گذاران در صورت ورشکستگی، تسهیل قوانین در صورت ورشکستگی بنیان‌گذار	[۲۷]، [۲۶]، [۲۰]
	حمایت از مالکیت فکری	عضویت در کنوانسیون‌های بین‌المللی، تقویت قوانین مالکیت فکری	[۲۷]، [۲۶]، [۲۲]، [۲۰]
	تسهیل انجام کسب و کار و استمرار کسب و کار	تسهیل آغاز کسب و کار، تسهیل فعالیت کسب و کار، تسهیل خاتمه کسب و کار	[۲۷]، [۲۶]، [۲۲]، [۲۰]، [۷]، [۲۵]، [۳۰]
مدیریت استعدادها	دسترسی به آموزش آکادمیک باکیفیت	مراکز آموزشی بین‌المللی، مراکز دانشگاهی طراز اول	[۲۳]، [۲۷]، [۲۶]، [۲۲]، [۲۰]، [۲۵]، [۲۴]
	منتورینگ و آموزش تخصصی کارآفرینان	مراکز آموزش حرفه‌ای، مشاوره تخصصی به بنیان‌گذاران	[۲۳]، [۲۷]، [۲۶]، [۲۲]، [۲۰]، [۷]، [۲۴]، [۶]

مقوله	تم	کد	منبع
فرهنگ کارآفرینانه	دسترسی به نیروی کار مهاجر	تسهیل قوانین مهاجرتی برای ورود بنیان‌گذاران بین‌المللی، جذب مهاجران حرفه‌ای	[۲۶]، [۲۰]، [۱۳]، [۷]
	دسترسی به برون‌سپاری	تسهیل جابه‌جایی نیروی کار	[۲۷]، [۲۶]، [۲۴]
	تحمل ریسک و شکست	ریسک‌پذیری، پذیرش فقدان اطمینان	[۲۶]، [۲۰]، [۱۳]
	داستان‌های موفقیت برجسته	انتشار کتب موفقیت بنیان‌گذاران کسب-و کارهای نوپا، حمایت از موفقیت‌های استارت-آپی در رسانه‌ها	[۲۶]، [۱۳]
	ارجحیت خویش‌فرمایی	ترویج فرهنگ خوداشتغالی، حمایت از خویش‌فرمایان، تسهیل قوانین برای خویش‌فرمایی	[۲۶]، [۱۳]
	محیط نوآوری و خلاقیت	ترویج مهارت‌های تفکر خلاق، ترویج مهارت‌های تفکر انتقادی، فرهنگ پذیرش پیشنهادها و سلايق مختلف	[۲۶]، [۲۰]، [۱۳]
	موقعیت اجتماعی مثبت کارآفرین	منزلت اجتماعی کارآفرین	[۲۶]، [۱۳]
	رویدادها و کنفرانس‌ها	برگزاری رویدادها، کنفرانس‌های عمومی و تخصصی کارآفرینی	[۲۶]، [۲۳]، [۱۳]
	شرکت‌های پیشرو	شرکت‌های بین‌المللی، شرکت‌های محلی، شرکت‌های دارای نسبت هزینه پژوهش و توسعه بالا	[۲۲]، [۲۵]، [۶]
	شرکت‌های بزرگ	شرکت‌های با هزینه تحقیق و توسعه بالا	[۲۲]، [۲۵]، [۶]
بستر مشهود و نامشهود	بستر فناوری و ارتباطات	ضریب نفوذ اینترنت، اینترنت موبایل و ثابت، وجود زیرساخت‌های ارتباطی و فناوری	[۲۷]، [۲۶]، [۲۰]، [۲۴]
	حمل و نقل و زنجیره تامین	زیرساخت‌های جاده‌ای، هوایی، ریلی، دریایی، نزدیکی و سهولت دسترسی به منابع و مواد اولیه، حضور شرکت‌های تأمین خدمات	[۲۶]، [۲۳]، [۱۳]
	زیرساخت فیزیکی	فضای کار اشتراکی، مراکز رشد و خوشه‌ها، فضاهای تعاملی، کارخانه نوآوری، پارک‌های علم و فناوری	[۲۷]، [۲۶]، [۲۲]، [۲۵]، [۶]، [۲۴]
	زیرساخت اولیه سرمایه اجتماعی	انرژی برق، آب، تلفن، انرژی‌های پاک اعتماد عمومی، مهارت‌های تعاملی و ارتباطات قوی	[۲۶]، [۲۴]، [۷]
	شبکه‌ها	کارآفرینان، شرکت‌های چندملیتی، شبکه‌های محلی	[۲۶]، [۲۰]، [۱۳]
متغیرهای کلان	ثبات سیاسی داخلی	ثبات داخلی، ثبات خارجی، ارتباطات پایدار بین‌المللی	[۲۴]
	فساد اداری	قوه قضاییه قوی، نكوهش و مجازات مفسدین، ترویج فرهنگ مبارزه با فساد	[۲۴]
	چشم‌انداز استارت‌آپی	سهام بالای استارت‌آپ‌ها از اشتغال، سهم بالای استارت‌آپ‌ها از درآمد ملی، ایجاد استارت‌آپ‌های تک شاخ، حضور در اکوسیستم‌های بین‌المللی، ارتباط با اکوسیستم‌های بین‌المللی	[۲۴]
	ایده	خلق ایده	[۲۳]، [۲۲]، [۲۰]

مقوله	تم	کد	منبع
دسترسی به ایده	به اشتراک‌گذاری ایده، اطلاع از ایده‌ها	[۲۳]، [۲۲]، [۲۰]	
استفاده از ایده	تجاری‌سازی ایده، اصلاح و به‌روزرسانی ایده	[۲۳]، [۲۲]، [۲۰]	

مرحله ششم، کنترل کیفیت: در مرحله ششم که کنترل کیفیت است نتایج مرحله قبل در اختیار خبرگان قرار گرفته و براساس ضریب کاپا در گام ششم جهت ارزیابی کیفیت، نتایج در اختیار خبرگان قرار می‌گیرد تا شاخص کاپا مورد بررسی قرار گیرد. شاخص کاپا برای ارزیابی پایایی درونی است و باید بیشتر از ۰/۶ باشد که در این پژوهش شاخص کاپا عدد ۰/۹ است و مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

مرحله هفتم، ارائه یافته‌ها: در این مرحله نتایج حاصل از فراترکیب به شکل مدل ارائه شده است. در شکل ۲ عناصر مدل اکوسیستم استارت‌آپی ارائه شده است. مدل سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور که در این پژوهش ارائه می‌شود شامل ده عنصر اصلی استارت‌آپ‌ها، مدیریت استعدادها، فرهنگ کارآفرینی، سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری، بازار و رقبا، شرکت‌های بزرگ، منابع مالی، ایده، متغیرهای کلان و بسترهای مشهود و نامشهود می‌شود که هرکدام از این عناصر دارای ابعادی هستند که در مرحله قبل به آن‌ها اشاره شده است.



شکل ۲. مدل مفهومی سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور

## ۵. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

در عصر حاضر نوآوری نقش کلیدی در تغییر و تحولات اقتصاد جهانی ایفا می‌کند و ترویج بیش از پیش برای سیاست‌گذاران و حکمرانان و همچنین رهبران کسب‌وکار اهمیت پیدا کرده است. در این میان استارت‌آپ‌ها به‌منزله کسب‌وکارهای نوپای نوآور به‌دلیل اشتغال‌زایی بالا و خلق ثروتشان کانون توجه قرار گرفته‌اند. بنابراین وجود بستری مناسب برای رشد و توسعه‌ای کسب‌وکارها بیش از گذشته ضرورت دارد. به‌دنبال بحران مالی ۲۰۰۸

سیستم‌های منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور مختلفی در نقاط مختلف دنیا شکل گرفته‌اند. علاوه بر کشورهای توسعه‌یافته، در کشورهای درحال توسعه نیز سیستم‌های منظومه‌ای اثربخشی درحال شکل‌گیری هستند. با این وجود مدلی جامع برای شکل‌گیری و توسعه سیستم‌های منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور تاکنون ارائه نشده است.

بدین منظور پژوهش حاضر با بررسی مقالات و مطالعات موسسات مشاوره معتبر بین‌المللی و با استفاده از روش فراترکیب مدلی برای سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور ارائه کرده است. به‌منظور ایجاد اکوسیستم استارت‌آپی متغیرهای کلان و خرد باید در نظر گرفته شوند از جمله اینکه ثبات محیطی به‌ویژه ثبات اقتصادی و سیاسی، داشتن چشم‌انداز استارت‌آپی در سطح حکمرانی، سیستم قضایی قدرتمند که توانایی نظارت بر فعالیت‌ها و جلوگیری از فساد را داشته باشد الزامی است. فراهم کردن بسترهای فیزیکی و غیرفیزیکی از جمله بستر فناوری و ارتباطات، حمل و نقل و زنجیره تأمین، زیرساخت فیزیکی، زیرساخت اولیه، سرمایه اجتماعی و شبکه‌ها برای فعالیت سیستم منظومه‌ای ضروری بوده تا اجزا و بازیگران آن بتوانند به خوبی با یکدیگر تعامل داشته و فعالیت‌های خود را انجام دهند. وجود ایده‌های فراوان و دسترسی به ایده‌ها و به‌کارگیری آنان باید در سیستم منظومه‌ای تسهیل یابد و استقرار شرکت‌های پیشرو محلی و بین‌المللی و همچنین شرکت‌های با سهم بالای پژوهش و توسعه به این امر کمک می‌کند حتی در تجاری‌سازی ایده همین شرکت‌ها می‌تواند مشتریان کسب و کارهای نوپا شوند.

ترویج فرهنگ کارآفرینی به ارتقای اعتماد به نفس و تحمل شکست، ریسک‌پذیری افراد کمک کرده و تشویق ارائه داستان‌های بنیان‌گذاران درباره راه‌اندازی کسب و کارها به ترویج خویش‌فرمایی منجر می‌شود. نگاه ویژه به کارآفرینان و ایجاد موقعیت اجتماعی مثبت، برگزاری رویدادها و کنفرانس‌های عمومی و تخصصی برای ترویج فرهنگ کارآفرینی بسیار مؤثر واقع خواهند شد. جذب و مدیریت استعدادها در این اکوسیستم برای پرورش ایده و تجاری‌سازی از عناصر کلیدی است که باید به ابعاد مختلف آن از جمله استقرار دانشگاه‌های طراز اول و همکاری با دانشگاه‌های برتر بین‌المللی در انتقال دانشجو، جذب نیروی کار مهاجر و ایجاد تنوع فرهنگی، امکان جابه‌جایی نیروی کار میان سازمان‌های مختلف خارجی و داخلی، ارائه آموزش‌های تخصصی کارآفرینی در منورینگ برای افراد مختلف باید مورد توجه قرار گیرند. در سطح سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری باید قوانین تسهیل‌گر و متناسب با نیازها و ماهیت استارت‌آپ‌ها در زمینه قوانین کار، قوانین ورشکستگی، حمایت از مالکیت فکری و قوانین تسهیل‌کننده فعالیت کسب و کار و استمرار آن در بلندمدت در اولویت قرار گیرند.

سیاست‌گذاران با ارائه مشوق‌ها و مقررات تسهیل‌گرانه و الزام‌آور بودن قراردادهای سرمایه‌گذاری به جذب سرمایه‌گذارهای مختلف در استارت‌آپ‌ها مؤثر خواهند بود. از نیازهای کلیدی استارت‌آپ‌ها منابع مالی است که این منابع یا درونی هستند یا منابع بیرونی. منابع درونی همان منابع خود راه‌انداز یا منابعی است که خانواده و دوستان بنیان‌گذار تأمین می‌کنند اما برای منابع بیرونی با ایجاد بسترهای لازم و امنیت سرمایه‌گذاری و همچنین ارائه مشوق‌ها و برنامه‌های مختلف انواع مختلفی از منابع مالی مانند سرمایه‌گذاری خطرپذیر، فرشتگان، تأمین مالی جمعی، منابع بدهی مانند وام‌های خرد و ارزهای دیجیتال به‌منزله روش‌های نوین تأمین مالی در این اکوسیستم یافت می‌شوند. در سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور تشکیل تیم‌های استارت‌آپی با تجربه‌ها و پیشینه‌های متنوع بسیار حائز اهمیت است از جمله اینکه ویژگی‌های مختلف جمعیت‌شناختی مانند سن، جنس، نژاد، تحصیلات و تجربه پیشین اعضا در موفقیت شکست راه‌اندازی کسب و کار در این تیم به موفقیت کسب و کارهای نوپا و نوآور کمک می‌کند اگرچه افرادی با پیشینه‌های مختلف باید دارای مهارت‌های ارتباطی بالا برای حل تعارض‌های احتمالی در تیم با این میزان تنوع باشند. نوآوری پژوهش حاضر ارائه الگوی جامع و سیستمی برای سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور بوده است.

با توجه به پژوهش حاضر، به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود مدل مذکور را در پژوهش‌های کمی برای سنجش و ارزیابی اکوسیستم‌های استارت‌آپی مختلف در ایران به کار گرفته و این اکوسیستم‌ها را با یکدیگر مقایسه کرده و به رتبه‌بندی آن‌ها بپردازند. در صورت مطرح شدن سیستم منظومه‌ای کسب و کارهای نوپا و نوآور در سال‌های آینده به روزرسانی شاخص‌ها و ابعاد و مقوله‌های مدل حاضر نیز پرداخته و آن را توسعه دهند. همچنین در پژوهش‌های کمی متغیرهای سیستم منظومه‌ای را مورد آزمون قرار دهند.

## منابع

1. AFME. (2015). Raising finance for Europe's small and medium sized businesses. Association for financial markets in Europe (AFME).
2. Ahmad, N., & Hoffmann, A. (2007). A framework for addressing and measuring entrepreneurship. *OECD*. Paris.
3. ALEISA, E. (2013). Startup Ecosystems: Study of the ecosystems around the world; focusing on Silicon Valley. Toronto and Moscow.
4. Blank, S. (2013). Why the Lean Startup Changes Everything. *Harvard Business Review*.
5. Chareh Khah, C., Fartousi, M., & Malayeri, M. (1393). Investment in Startups Considering Iran and the region's State. Information Technology and Digital Media Development Center.
6. Cukier, D., & Kon, F. (2018). A maturity model for software startup ecosystems. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 7-14.
7. Deloitte. (2016). *Diagnosis of the start-up in Poland*. Deloitte.
8. Durst, S., & Poutanen, P. (2013). Success factors of innovation ecosystems-Initial insights from a literature review. *Pros. Co-Create*.
9. Forbes. (2019). Retrieved from online : <https://www.forbes.com/sites/georgedeeb/2019/04/04/how-to-build-a-startup-ecosystem/#796e2d156130>
10. Ghasemi, A., & Ra'yat Pishch, M. (2015). A model for assessing the sustainability of the supply chain with a Meta-Analysis approach. *Journal of Executive Management*, 91-112.
11. Institute for Strategic Policy Economics and Management (SARAMAD), Department of Management and Planning. (2018). *Challenges and Opportunities of startups in Iran*. Tehran: Institute for Strategic Policy Economics and Management (SARAMAD), Department of Management and Planning.
12. Isenberg, D. (2011). *The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship*. The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project.
13. Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6).
14. Kauffman. (2010). *The Importance of Startups in Job Creation and Job Destruction*. Kauffman Foundation Research Series.
15. Krajcik, V., & Formanek, I. (2015). Regional Startup Ecosystem. *European Business & Management*, 1(2), 14-18.
16. Mercan, B., & Goktas, D. (2011). Components of innovation ecosystems: a cross-country study. *International Research Journal of Finance and Economics*, 76(16), 102-112.
17. OECD. (2016). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2016; an OECD Scoreboard*. Paris: OECD Publication: , *SMEs and local Development (CFE)*. OECD Centre for Entrepreneurship.
18. Paterson, B. L., & Canam, C. (2001). Meta-study of qualitative health research: A practical guide to meta-analysis and meta-synthesis. *Sage*, 3.
19. PWC. (2010). *Innovation; Government's Many Roles in Fostering Innovation*. PriceWaterhouseCoopers (PWC).
20. PWC. (2016). *singapore's tech-enabled start-up ecosystem*. PWC Co.
21. Sandelowski, M., & Barroso, J. (207). *Handbook for synthesizing qualitative research*. Springer Publishing Company.
22. Srartup Commons. (2016). *What is Startup Ecosystem?* Retrieved from Srartup Commons: [online] Available at: <<http://www.startupcommons.org/what-is-startup-ecosystem.html>> [Accessed 17th September 2016].



23. Startup Genome Co. (2019). *Startup Ecosystem Report 2015. PART ONE*. Online: [http://multisite-blog.Digital.telefonica.com.s3.amazonaws.com/wpcontent/uploads/2013/01/Startup-Eco\\_14012013.Pdf](http://multisite-blog.Digital.telefonica.com.s3.amazonaws.com/wpcontent/uploads/2013/01/Startup-Eco_14012013.Pdf). Startup Genome Co.
24. Startup Meter. (2018). *Startup Ecosystem; Bangkok*. Startup Meter by Enpact.
25. the Boston Consulting Group (BCG). (2018). *Greece's Startup Ecosystem ;A PRIME OPPORTUNITY FOR ECONOMIC GROWTH*. the Boston Consulting Group (BCG).
26. The Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry (FICCI). (2018). *Developing a startup ecosystem ; lessons from UK*. The Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry (FICCI).
27. Tripathi, N., Seppnen, P., Boominathan, G., Oivo, M., & Liukkunen, K. (2019). Insights into startup ecosystems through exploration of multivocal literature. *Inf. Softw. Technology*.
28. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) , 2018-2019 Global Report (2019)
29. Valkokari, K. (2015). Business, innovation, and knowledge ecosystems: How they differ and how to survive and thrive within them. *Technology Innovation Management Review*, 5(8).
30. World Economic Forum. (2016). *The Global Competitiveness Report*.