

بررسی دوگونه سرمایه‌گذار و رشددهنده به‌عنوان بازیگران کلیدی اکوسیستم کارآفرینی

نیما گروسی مختارزاده
دانشگاه تهران، تهران، ایران
Mokhtarzade@ut.ac.ir

عباسعلی کارشناس*
دانشگاه تهران، تهران، ایران
karshenas.abbas@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۱/۱۵

تاریخ اصلاحات: ۱۳۹۷/۰۹/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۹/۲۰

چکیده

جایگاه کسب‌وکارهای نوپا و نوآور در اقتصاد و نقش آنها در حل مسائل و چالش‌های کشورهای روزبه‌روز در حال پرنرنگ‌ترشدن می‌باشد. برخی از کشورها با آگاهی به موقع از اهمیت و جایگاه این کسب‌وکارها توانسته‌اند از طریق تجزیه و تحلیل صحیح و متعاقباً اتخاذ سیاست‌ها و اقدامات درست به شکل‌گیری و رشد اکوسیستم مناسب و حمایت‌کننده برای این کسب‌وکارها کمک کنند. پژوهش حاضر با هدف توصیف و بررسی اکوسیستم کارآفرینی ایران و ارائه راهکارهایی جهت رشد و توسعه آن تعریف گردید. در این راستا با انجام مطالعه گسترده ادبیات، کنشگران این اکوسیستم تعیین و معرفی گردید و سپس با توجه به اهمیت و نقش حیاتی "سرمایه‌گذاران و رشددهندگان" در جهت بهبود و تسریع تکامل اکوسیستم این دو کنشگر کلیدی و تعاملات آنها مورد بررسی و تحلیل قرار گرفتند. بر این اساس، تصورات گروه‌های سرمایه‌گذار نسبت به رشددهندگان، با توجه خاص به جنبه‌های سهم رشددهندگان در شرکت‌های نوپا و همکاری بین رشددهندگان و گروه‌های سرمایه‌گذار از طریق پرسشنامه استخراج و مورد تجزیه و تحلیل توصیفی قرار گرفت. براساس نتایج درخصوص ویژگی‌های سهم رشددهندگان اکوسیستم در شرکت‌های نوپا، گروه‌های سرمایه‌گذار عوامل غربالگری استارت‌آپ، آموزش کارآفرینی و دسترسی به مشاور را مواردی می‌دانند که رشددهندگان از طریق آنها بیشترین ارزش را به کارآفرینان می‌دهند. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که جنبه‌هایی از سهم رشددهندگان در شرکت‌های نوپایی که گروه‌های سرمایه‌گذار برای آنها ارزش بالایی قایل هستند، ارزیابی استارت‌آپ‌ها و آموزش کارآفرینی می‌باشد.

واژگان کلیدی

اکوسیستم؛ بازیگران؛ تعاملات؛ سرمایه‌گذاران؛ رشددهنده.

۱- مقدمه

از آنجایی که یک بخش قابل توجهی از آینده اقتصاد جهانی متکی بر عملکرد بنگاه‌های با قابلیت رشد بالا است، جامعه باید آماده پذیرش و پرورش کارآفرینان و حمایت از رشد استارت‌آپ‌ها در تمام مراحل توسعه آنها باشد. هرچند روش‌های متعددی برای حمایت از کسب و کارهای نوپای پر مخاطره بکار گرفته شده‌اند، اما تحقیقات ثابت کرده است که این روش‌ها معمولاً دارای تأثیر محدود و مقطعی می‌باشند [۵]، و لذا نیاز به یک نگاه کامل و همه‌جانبه می‌باشد. بر این اساس، اخیراً محققان مفهوم و نگاه مبتنی بر اکوسیستم را به‌عنوان یک نگاه کل‌نگر بیان کرده‌اند و بر اهمیت شکل‌گیری یک اکوسیستم کارآفرینی مناسب به منظور ایجاد حمایت بهتر از کارآفرینان و استارت‌آپ‌ها اذعان کرده‌اند [۵ و ۶ و ۸ و ۹]. اکوسیستم‌های کارآفرینی از انواع بازیگران، نقش‌ها و عوامل محیطی تشکیل می‌شوند که برای تعیین عملکرد کارآفرینی یک منطقه در تعامل هستند و دارای سیستم‌های پویا و پیچیده‌ای هستند که نیازمند ارزیابی دقیق سیاست‌گذاران در هر دو سطح کوچک و بزرگ برای تقویت کارآفرینی و توسعه نوآوری‌های منطقه‌ای، هستند [۱۰].

تحقیقات متعددی بر روی نقش کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط در اقتصاد ملت‌ها و جوامع انجام‌شده و نقش حیاتی آن در اقتصاد و مخصوصاً عوامل چون ایجاد اشتغال و رفاه به اثبات رسیده است [۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵]. اهمیت یافتن روزافزون کارآفرینی در اقتصادهای جهان باعث شده است که دولت‌ها به تدریج سیاست‌های سنتی کسب و کار خود را به سمت سیاست‌های رشدگرا و توسعه‌ای تغییر دهند تا محیط‌های مساعدی را برای رونق‌یافتن بنگاه‌های نوپا و کسب و کارهای مخاطره‌پذیر^۱ دانش‌بنیان ایجاد کنند [۶]. ایجاد شرایط ساختاری حمایت‌کننده به تنهایی برای ترویج کارآفرینی کافی نیست [۶]، بلکه امروزه شاهد آن هستیم که ترکیبی از عوامل که روش‌های مناسب را با یک اکوسیستم کارآفرینانه ترکیب می‌کند، لازمه رشد سریع کارآفرینی در صحنه کنونی جهانی می‌باشد [۵].

* نویسنده مسئول

1. Venture

استفاده از استعاره اکوسیستم برای حوزه کسب و کار تقریباً جدید و نو می‌باشد و اولین بار توسط مور^۲ در سال ۱۹۹۳ بکار گرفته شد [۱۴]. مور اکوسیستم کسب و کار^۳ را چنین تعریف می‌کند: "یک اجتماع اقتصادی پشتیبانی‌شده به‌وسیله تعامل سازمان‌ها، افراد و سایر اجزای دنیای کسب و کار" [۱۵]. بر طبق این تعریف، اکوسیستم شامل مشتریان، تولیدکنندگان پیشرو، رقبا و سایر ذینفعان است.

پس از کار مور محققان بسیاری این مفهوم را توسعه داده و از ابعاد و رویکردهای مختلف بررسی کردند. یکی از این موارد بکارگیری این مفهوم برای کارآفرینی و کسب و کارهای نوپا یا به اصطلاح استارت‌آپی است. پشت صحنه کسب و کارهای نوآورانه، منابع، اشخاص و فرایندهای پویای متعددی وجود دارند که روی کارآفرینی متمرکز هستند و با هدف رشد و رونق استارت‌آپ‌ها و افزایش عملکرد کارآفرینی یک منطقه در تعامل هستند. چنین چارچوبی، که "اکوسیستم کارآفرینی" خوانده می‌شود، شامل ترکیبی از عوامل است که این عوامل روحیه کارآفرینی را ترغیب می‌کنند، به فرایند استارت‌آپ کمک و از آن حمایت می‌کنند و نقش مهمی در توسعه کارآفرینی ایفا می‌کنند [۱۶].

زیست‌بوم مناسب برای شکل‌گیری و بالندگی نوپاها، متشکل از مجموعه‌ای از عناصر و اضلاع است که بدون حضور آنها نمی‌توان به رشد و ارتقای وضعیت و موقعیت کشور در این حوزه امید داشت. اکوسیستم کارآفرینی ساختارهایی هستند که از مؤسسات، فرایندها و عاملان کارآفرینی تشکیل می‌شوند و در آن‌ها اشخاص از طریق روابط رسمی و غیررسمی با هدف حمایت از ایجاد و توسعه شرکت‌های استارت‌آپ در تعامل هستند. این اکوسیستم‌ها می‌توانند خاص یک صنعت باشند و یا ممکن است از یک صنعت به چندین صنعت تکامل یابند. آنها به‌طور کلی در مکان‌هایی پدیدار می‌شوند که در آن مکان دارایی‌های خاصی وجود دارد (به‌عنوان مثال موقعیت راهبردی آکسفورد نزدیک لندن و فرودگاه و همچنین دانشگاه آن و خوشه‌های منحصر به فرد آزمایشگاه‌های دولتی بریتانیا) و این مکان‌ها معمولاً جای مطلوبی برای زندگی هستند با حداقل یک یا چند "کسب و کار بزرگ جافتاده" که به‌طور کلی با سطوح بالایی از فناوری مرتبط هستند و به‌عنوان "آهن‌رباهای استعداد" برای اکوسیستم عمل می‌کنند و کارگران ماهر را به منطقه جذب می‌کنند، و در نتیجه به توسعه اکوسیستم‌های منطقه‌ای خود کمک می‌کنند [۶ و ۱۷].

در نگاه سنتی سازمان‌ها رقیب یکدیگر نگریسته می‌شدند که برای کسب منافع بیشتر با یکدیگر رقابت می‌کنند. در حالی که در دنیای به شدت رقابتی امروز، آن‌ها به شیوه‌های نوآورانه و غیرقابل انتظار با یکدیگر در حال رقابت و تعامل هم‌زمان هستند و برای بقا نیازمند یکدیگرند [۱۸]. امروزه، رقابت نه بین سازمان‌ها بلکه بین اکوسیستم‌هاست که حاصل

در چند سال گذشته در ایران نسبت به حرکت به سمت اقتصاد دانش و ترویج نوآوری و رشد پایدار تعهد قابل توجهی ایجاد گردیده و در زمینه توسعه اکوسیستم‌های کارآفرینی حمایت‌کننده که نوآوری، تحقیق و توسعه و کارآفرینی را تشویق می‌کند، تلاش‌های زیادی صورت گرفته است. این اقدامات در قالب برنامه‌های سیاستی کلان همچون نقشه علمی کشور و سیاست‌های ابلاغی و همچنین اقدامات عملیاتی و نهادسازی همچون شکل‌گیری صندوق نوآوری و شکوفایی، صندوق‌های خطرپذیر، پارک‌ها و مراکز رشد و ... انجام گرفته است. در این راستا مطالعات و پژوهش متعددی در این زمینه انجام گرفته است که هر یک به بررسی عناصر مختلف به صورت ایزوله و مجزا پرداخته‌اند. در این راستا خلاء جدی در نگاه به شکل‌گیری و تحلیل زیست‌بوم موجود و تعاملات بازیگران آن وجود دارد. در چند سال اخیر شاهد شبیه‌سازی برخی از نهادها نظیر سرمایه‌گذاران خطرپذیر، مراکز رشد، شتابدهنده‌ها و ... در کشور هستیم. گرچه شکل‌گیری چنین نهادهایی خبر خوبی برای اکوسیستم کارآفرینی ایران می‌باشد ولی آنچه اهمیت بالاتری دارد شکل‌گیری یک اکوسیستم پشتیبان می‌باشد که عناصر و اجزای آن بتوانند همدیگر را درک و باهم هم‌افزایی داشته باشند.

در این راستا ما در این پژوهش تمرکز خود را در درجه اول بر روی شناخت کامل اکوسیستم کارآفرینی از طریق بررسی کامل و جامع ادبیات گذاشتیم و سپس به بررسی رابطه دو گروه مهم از بازیگران این اکوسیستم (رشددهندگان اکوسیستم و گروه‌های سرمایه‌گذار) که نقش کلیدی در موفقیت کسب و کارهای نوپای مخاطرپذیر ایفا می‌کنند، پرداختیم. هدف ما این است که با تمرکز روی رابطه بین این دو بازیگر اکوسیستم، تصورات و برداشت‌های گروه‌های سرمایه‌گذار درباره رشددهندگان اکوسیستم را با توجه به چگونگی تعامل آنها با یکدیگر برای ایجاد ارزش برای جامعه درک کنیم. این مطالعه براساس یک مرور ادبیات کامل بر روی اکوسیستم‌های استارت‌آپ و بازیگران اکوسیستم و همچنین براساس یک مطالعه میدانی بر روی سرمایه‌گذاران واقع در ایران انجام گرفته است.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱- اکوسیستم کارآفرینی

واژه اکوسیستم^۱ (زیست بوم) استعاره‌ای هست که از زیست‌شناسی گرفته شده و حاصل ترکیب بوم (اکو) و سیستم می‌باشد؛ بنابراین اکوسیستم مفهومی است که محیط، پویایی‌ها، رفتار و تکامل را با هم یکپارچه می‌کند [۱۱ و ۱۲]. زیست‌شناسان، اکوسیستم‌های طبیعی را به منظور درک تعاملات، رفتارها و واکنش‌های بازیگران درون سیستم در مواجهه با شوک‌های خارجی تجزیه و تحلیل می‌نمایند [۱۳].

2. James F. Moore
3. Business Ecosystem

1. Ecosystem

۲-۳- گونه‌های سرمایه‌گذار و گونه‌های رشددهنده اکوسیستم کارآفرینی

گونه‌های رشددهنده اکوسیستم آن موجودیت‌هایی هستند که تمرکز اصلی آنها روی تشویق و حمایت کسب و کارهای جدید در حال توسعه و در نتیجه ایجاد یک اکوسیستم موفق می‌باشد. این سازمان‌ها از کارآفرینی‌های با پتانسیل رشد بالا، خواه مبتنی بر فناوری باشند و خواه نباشند، از طریق مداخله‌های حمایتی (یعنی نه فقط سرمایه‌گذاری یا مکان) و ایجاد امکان دسترسی به حمایت مالی با معرفی به سرمایه‌گذاران، دادن فرصت، پاداش / کمک مالی، و یا سرمایه‌گذاری در سهام حمایت می‌کنند. این گروه شامل مواردی از جمله مراکز رشد؛ شتاب‌دهنده‌ها؛ فضاهای همکاری؛ دوره‌های آموزشی؛ و رقابت‌ها می‌باشند [۲۹ و ۳۰].

گونه‌های سرمایه‌گذار شامل افراد یا سازمان‌هایی هستند که در استارت‌آپ‌های دارای پتانسیل رشد بالا سرمایه‌گذاری می‌کنند با این انتظار که از این سرمایه‌گذاری خود بازده بالایی بدست آورند. این سرمایه‌گذاری‌ها ممکن است در طول مراحل مختلف رشد استارت‌آپ رخ دهند و یک منبع ضروری برای توسعه کسب و کارهای نوآورانه تلقی می‌شوند. سرمایه‌گذاران خطرپذیر (VC) و فرشتگان کسب و کار از جمله بازیگران اصلی این گروه بشمار می‌آیند [۳۰ و ۳۲].

در ادامه عناصر هر یک از دوگونه فوق را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

الف) مراکز رشد (انکوباتورها): مراکز رشد به‌عنوان یکی از نهادهای اقتصادی - اجتماعی تلاش می‌کنند تا با حمایت از رشد و توسعه شرکت‌های نوپا از طریق بهبود فرصت‌های بهره‌برداری از منابع به تجاری‌سازی محصولات و فناوری‌های جدید آنها کمک نمایند [۳۳]. مراکز رشد کسب و کار برنامه‌هایی برای سرعت بخشیدن به ایجاد و توسعه کسب و کارهای نوآورانه با تمرکز بر استارت‌آپ‌های مبتنی بر فناوری می‌باشند. بنا بر هکت و دیلتز [۲۰۴]، مرکز رشد کسب و کار، یک فضای اداری با امکانات و تجهیزات مشترک است که سعی می‌کند یک سیستم مداخله ارزش‌افزوده راهبردی (یعنی انکوباسیون کسب و کار) پایش و کمک به کسب و کار را برای اعضای خود فراهم کند. هدف اصلی مراکز رشد کسب و کار سنتی این است که با تشویق و حمایت کارآفرینی و ایجاد کسب و کار جدید، توسعه اقتصادی را ترغیب کند با این انتظار که آن کسب و کار نوپا بعدها به سازمان‌های موفق خودکفایی توسعه یابند که قادر به ایجاد نوآوری، فرصت‌های شغلی و رشد در جامعه خود هستند [۳۴ و ۳۵ و ۳۶].

نسل اول مراکز رشد از سال ۱۹۵۹ تا دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ با ارائه فضای اداری مقرون به صرفه، جمع‌کردن شرکت‌های کارآفرینی به دقت انتخاب شده زیر یک سقف، و راهنمایی کردن آنها در روند رشدشان در درجه اول روی ایجاد شغل و ارزیابی و افزایش املاک و مستغلات متمرکز بودند. نسل دوم مراکز رشد که در دهه ۱۹۹۰ بوجود آمدند، نیازهایی فراتر از تأمین منابع و زیرساخت‌ها برای شرکت‌های نوپا را هدف قرار دادند و خدماتی نظیر تکمیل فضای اداری با مشاوره کسب‌وکار، افزایش

تقاطع صنایع مختلف هستند [۲۰]. مطابق نظر یاسینی و لوین، بازیگران شبکه‌های کسب و کار مانند گونه‌های زیستی سرنوشت خود را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند. در نتیجه در یک اکوسیستم بالغ، همکاری بازیگران با یکدیگر به اندازه رقابت بین آنها مهم است و در عصر اقتصاد نوآوری، شرکت‌ها باید به اکوسیستم خود نیز به منظور کسب مزیت از فرصت‌هایی که بین آنها و در تعامل با سایر بازیگران اکوسیستم وجود دارد، توجه نمایند [۲۱]. در ادبیات به گونه‌های مختلف اکوسیستم از جمله اکوسیستم نوآوری، اکوسیستم کسب و کار و اکوسیستم کارآفرینی اشاره شده است. در این پژوهش تمرکز ما بر روی اکوسیستم کارآفرینی می‌باشد که ترکیبی از ذینفعان مختلف از جمله افراد، تیم‌های کارآفرینی، شرکت‌ها و سازمان‌های حمایت‌کننده است، که با وجود تفاوت در اهداف و انتظاراتشان، به‌طور مشترک برای رشد اقتصادی کار می‌کنند [۱۹].

۲-۲- بازیگران اکوسیستم‌های کارآفرینی

در ادبیات کنشگران اکوسیستم به روش‌های مختلف دسته‌بندی شده‌اند. تریپاتی^۱ با استفاده از مرور ادبیات پیشین عناصر دورن اکوسیستم از جمله کنشگران را در ۶ دسته کارآفرینی، پشتیبانی، مالی، جمعیتی، بازاری، آموزشی، فناوری و سرمایه انسانی تقسیم می‌کند [۱۸]. همچنین متا^۲ و همکاران [۲۲]، براساس مطالعه‌ای که بر روی اکوسیستم‌های کارآفرینی انجام دادند بیان کردند که این اکوسیستم‌ها دارای شش‌گونه کارآفرینان، شرکت‌های بزرگ، دولت، مؤسسات آموزشی، ارائه‌دهندگان خدمات و افراد و سازمان‌های پشتیبان هستند که برای حمایت از ایجاد و توسعه شرکت‌های استارت‌آپ جدید با هم در تعامل هستند. جدول زیر لیستی از بازیگران اکوسیستم کارآفرینی که در مقالات مختلف به آنها اشاره شده است را فهرست می‌کند. همچنین سایر محققین به بازیگران دیگری مانند شتاب‌دهنده‌ها [۲۳]، مدیا [۲۴]، مشاوران [۲۵]، تأمین مالی کنندگان مرحله بذر [۲۵]، سرمایه‌گذاران [۲۵]، بانک‌ها [۲۶] و نخبگان [۲۷] اشاره کرده‌اند.

بر این اساس می‌توان بازیگران گوناگونی را درون اکوسیستم کارآفرینی شناسایی و بیان نمود و با توجه به کارکرد و جایگاه هر یک از این بازیگران درون اکوسیستم، می‌توان آنها را درون دو گروه اصلی و پشتیبان تقسیم نمود. گروه پشتیبان شامل موجودیت‌هایی می‌شود که روی توسعه، حمایت و تشویق فعالیت‌های کارآفرینی متمرکز می‌شوند. این گروه سازمان‌ها و افراد گوناگون را در بر می‌گیرد که استارت‌آپ‌ها را در مراحل مختلف توسعه، با اهداف مختلف و نیازهای مختلف، حمایت می‌کنند. ما در این پژوهش دوگونه اصلی رشددهنده اکوسیستم و سرمایه‌گذار از بازیگران را در گروه پشتیبان مطابق با تعریفی که در قسمت بعد می‌آید شناسایی و بررسی می‌کنیم.

1. Tripathi
2. Mota

شتاب‌دهنده در موارد زیر می‌توانند برای شرکت‌کنندگان خود ایجاد ارزش کنند: بودجه؛ مشاوره درباره محصول و کسب و کار؛ ارتباط با سرمایه‌گذاری آینده؛ اعتبار؛ گروه پشتیبانی همکار؛ و فشار و نظم و انضباط [۴۲].

پ) فضای همکاری: فضاهای همکاری، مکان‌های کاری هستند که برای ترغیب همکاری بین بنگاه‌ها شکل گرفته‌اند [۴۵]. با توجه به گفته گاندینی [۴۶]، فضاهای همکاری، مکان‌های مشترکی هستند که بواسطه افراد متخصص در دانش‌های مختلف، به‌خصوص افراد دارای کار آزاد که در درجات مختلف تخصص در صنعت دانش کار می‌کنند، استفاده می‌شوند. این مکان‌ها که به علت ترغیب افراد و بنگاه‌ها به ایجاد اکتشافات غیرمنتظره و بطور کاملاً تصادفی به "شتاب‌دهنده‌های خوش اقبالی"^۱ مشهور هستند [۴۷]، مکان‌های کاری مشترکی است که افراد متخصص و حرفه‌ای با مهارت‌های گوناگون در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و دانش و تجربه خود را با هم به اشتراک می‌گذارند [۴۵]. این فضاها به صورت دفاتر کار اجاره‌ای طراحی می‌شوند که در آن‌ها افراد یا شرکت‌های مستأجر، یک میز و یک اتصال Wi-Fi به اینترنت اجاره می‌کنند [۴۶]، و در عوض به خاطر دسترسی به فضا حق عضویت پرداخت می‌کنند. این پرداخت حق عضویت باعث غربال اولیه متقاضیان براساس میزان درآمدزایی طرح‌های آنها می‌گردد [۳۰]. فضاهای همکاری به چند دلیل برای ارائه زمینه‌های تحقیقاتی بهینه در نظر گرفته می‌شوند: به خاطر مقیاس فیزیکی کم، سازمان‌های کوچک زیرمجموعه آن، شدت تعامل اجتماعی و همچنین به خاطر تمایل به همکاری همه عوامل دست‌اندرکار [۴۵].

ت) دوره‌های آموزشی و رقابت‌ها: در میان طیف گسترده‌ای از گونه‌های رشددهنده اکوسیستم در اکوسیستم کارآفرینی، چندین عامل، از قبیل دانشگاه‌ها و شتاب‌دهنده‌ها، هستند که برنامه‌هایی را توسعه می‌دهند که هدف این برنامه‌ها عمدتاً ارائه آموزش‌های کارآفرینی برای کارآفرینان آینده و حمایت از کارآفرینان از مرحله قبل از استارت‌آپ تا مراحل اولیه توسعه می‌باشد. از دوره‌ها و رقابت‌ها در قالب کمپ‌های آموزشی، دوره‌هایی چون آخر هفته‌های استارت‌آپی یا مسابقات و جوایز مختلف این حوزه، جلسات دیدار و عرضه ایده به سرمایه‌گذاران و نشست‌های کافه‌ای یا آخر هفته‌ای فعالان و علاقمندان این حوزه با یکدیگر یا با صاحبان تجارب موفق یا حتی شکست‌های بزرگ و شکل‌گیری شبکه‌های تخصصی از مربیان (منتورها)، فعالان، سرمایه‌گذاران و مراکز رشد و شتاب‌دهنده می‌توان نام برد. چنین برنامه‌هایی را می‌توان به دو دسته اصلی رقابت‌ها و دوره‌های کارآفرینی طبقه‌بندی کرد.

دوره‌های کارآفرینی برنامه‌هایی با محدودیت زمانی هستند که معمولاً بواسطه مدارس کسب و کار برگزار می‌شوند [۳۰]، برای آموزش مبانی نظری کارآفرینی در نظر گرفته شده‌اند [۴۳]، و طیف گسترده‌ای از مهارت‌های با ارزش، مانند توسعه برنامه کسب و کار، بازاریابی،

مهارت‌ها و خدمات شبکه‌ای برای دسترسی به پشتیبانی حرفه‌ای و سرمایه اولیه را ارائه کردند. در نهایت، در اواخر دهه ۱۹۹۰، نسل سوم مراکز رشد پدید آمدند که بر روی شرکت‌های مبتنی بر فناوری جدید متمرکز بودند و هدف آنها ترغیب صنعت ICT و ارائه یک چارچوب پشتیبانی برای ایجاد کسب‌وکارهای نوپای دارای پتانسیل رشد بالا بود [۳۶ و ۳۷ و ۳۸]. طبق تحقیق اسمایلو [۳۹] مراکز رشد در چهار بعد گسترده برای اعضای خود خلق ارزش می‌کنند: توسعه اعتبار؛ کوتاه‌کردن منحنی آموزش کارآفرینی؛ برطرف کردن سریع تر مشکلات؛ و دسترسی به یک شبکه کارآفرینی.

ب) شتاب‌دهنده‌ها: همانند مراکز رشد، برنامه‌هایی هستند که برای تسریع ایجاد و توسعه کسب و کار در مراحل اولیه طراحی می‌شوند. هر چند، تعریف رسمی برنامه‌های شتاب‌دهنده بخاطر شباهت آن به مراکز رشد تا حدودی ناسازگار و ناهماهنگ است [۴۰]، اما به‌طور کلی، شتاب‌دهنده‌ها برای کمک به نوآوری‌های در طول مراحل حیات اولیه آنها، با استفاده از یک روش استارت‌آپ ناب طراحی شده‌اند. برخلاف مراکز رشد، که در درجه اول روی ارائه منابع فیزیکی یا خدمات پشتیبانی اداری تمرکز دارد، هدف شتاب‌دهنده ارائه یک مشارکت کامل با گروه‌های کسب و کار خود از طریق کمک به آنها در زمینه ایجاد شرکت، تعریف و ساخت محصولات اولیه آنها، شناسایی بخش‌های مصرف‌کننده دارای پتانسیل بالا، منابع امن (برای مثال سرمایه و کارکنان)، راهنمایی از طریق روند مصاحبه و استخدام، و ارائه تخصص مدیریتی خود می‌باشد [۴۱ و ۴۰]. براساس میلر و بوند [۴۲]، شتاب‌دهنده‌ها دارای ویژگی‌های زیر می‌باشند:

۱. سرمایه‌گذاری احتمالی چشمگیر، معمولاً در ازای سهم صاحبان سهام.
۲. حمایت محدود که شامل وقایع برنامه‌ریزی شده و نظارت گسترده می‌باشد؛
۳. یک فرایند کاربردی که برای همه آزاد است و در عین حال بسیار رقابتی است؛
۴. گروه‌ها یا دسته‌های استارت‌آپ‌ها به جای شرکت‌های فردی؛
۵. تمرکز بیشتر روی تیم‌های کوچک، نه بنیانگذاران فردی؛
۶. فارغ‌التحصیلی دوره‌ای با یک روز نمایش/ روز سرمایه‌گذار.

به مرور زمان با زیاد شدن شرکت‌کنندگان شتاب‌دهنده‌ها از حوزه‌های مختلف، برنامه‌های شتاب‌دهنده نیز به سمت تخصصی‌سازی گروید و در حال حاضر برنامه‌های شتاب‌دهنده با تمرکز بر روی بخش‌های خاص صنعت برگزار می‌گردد [۴۳].

پس از موفقیت این فرمت، تکثیر قابل توجه برنامه‌های شتاب‌دهنده در سراسر جهان آغاز شد، و ۲۳۵ برنامه شتاب‌دهنده را در سراسر جهان گسترش داد [۴۴]. در ابتدا برنامه‌های شتاب‌دهنده کاملاً عمومی بودند و کارآفرینان را از طیف‌های گسترده‌ای از صنایع می‌پذیرفت، اما به مرور با زیاد شدن شرکت‌کنندگان از حوزه‌های مختلف، برنامه‌ها نیز به سمت تخصصی‌سازی گروید و در حال حاضر برنامه‌های شتاب‌دهنده با تمرکز بر روی بخش‌های خاص صنعت برگزار می‌گردد [۴۰].

1. Serendipity Accelerators

شرکت‌های دارای مجموعه اوراق بهادار و فراهم‌کردن مهارت و منابع مالی و دسترسی به روابط برای آنها، از توسعه این شرکت‌های خود، بخصوص در مراحل اولیه رشد، فعالانه حمایت می‌کنند و به آنها در استخدام مدیران ارشد کمک می‌نماید [۳۰ و ۵۴]. سرمایه‌گذاران خطرپذیر معمولاً نقش هیأت‌مدیره فعال را در شرکت‌های خود تقبل می‌کنند [۵۵]. همچنین اگر نتایج مطابق انتظار سرمایه‌گذاران نباشد، آنها شرکت‌های خود را تحت کنترل قرار می‌دهند [۵۳]. گزارش شده است که سهم سرمایه‌گذاران خطرپذیر در توسعه شرکت‌های خود مفید است و شرکت‌هایی که در آنها سرمایه‌گذاری شده نرخ‌های رشد سریع‌تر، افزایش فروش، استخدام، سرمایه‌گذاری، مخارج R & D و صادرات را نشان داده‌اند [۳۰] [۵۶].

همانطور که زیدر اظهار می‌دارد [۵۸]، پول سرمایه‌گذاری، پول درازمدت نیست زیرا هدف شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر رشد سریع سرمایه‌گذاری‌هایشان است، به طوری که آنها برای فروخته‌شدن به اعتبار و اندازه کافی می‌رسند و نرخ بالایی سود از سرمایه‌گذاری‌های خود بدست می‌آورند [۳۰] یا در بازارهای سهام عمومی بیشتر سرمایه‌گذاری می‌کنند و بودجه اضافی دریافت می‌کنند [۵۸].

ج) فرشتگان کسب و کار: سرمایه‌گذارانی هستند که اغلب به خاطر این که اولین منبع مالی بیرونی قابل توجه شرکت‌های استارت‌آپ را تأمین می‌کنند، مشهور هستند [۳۲]. هرچند متون و تحقیقات گسترده‌ای در مورد فرشتگان کسب و کار وجود دارد، ولی هنوز یک تعریف مورد اجماع از این سرمایه‌گذاران ارائه نشده است [۶۰ و ۵۵]. فرشتگان کسب و کار نقشی منفعل دارند در حالیکه سرمایه‌گذاران خطرپذیر علاوه بر تأمین مالی، ارزش افزوده‌های دیگری نیز برای سرمایه‌پذیر ایجاد می‌کنند. سرمایه‌گذاران خطرپذیر برای کاهش ریسک سرمایه‌گذاری خود از سبد سرمایه‌گذاری استفاده می‌کنند و این امر موجب بروز هم‌افزایی میان شرکت‌های تحت حمایت سرمایه‌گذار خطرپذیر می‌شود. وجود شبکه‌ای از شرکت‌های مختلف برای تمامی اعضای شبکه منفعت خواهد داشت و این ویژگی در مورد فرشتگان کسب و کار به این شکل وجود ندارد [۶۱]. از آنجایی که فرشتگان کسب و کار منابع مالی خودشان را سرمایه‌گذاری می‌کنند، خودشان نیز به ارزیابی کارآفرین می‌پردازند. در این فرایند به جای استفاده از چک‌لیست‌های واریسی موشکافانه که بیشتر سرمایه‌گذاران خطرپذیر از آنان استفاده می‌کنند، با استفاده از شم اقتصادی و تجربه‌ای که دارند بر روی طرح و کارآفرین سرمایه‌گذاری می‌کنند و اصراری بر محاسبه نرخ بازگشت سرمایه ندارند [۶۲]. می‌توان اینگونه بیان کرد که انگیزه فرشتگان کسب و کار بیش از اینکه نرخ بازگشت سرمایه باشد کمک به کارآفرینان دیگر برای ساختن کسب و کار خود و ورود به جمع کارآفرینان موفق می‌باشد. دیدگاه مثبت کارآفرین نسبت به آینده کسب و کار و بروز شور و اشتیاق او نسبت به طرح پیشنهادی می‌تواند به سرمایه‌گذار نیز منتقل شود و در تصمیم‌گیری او تأثیر مثبت بگذارد [۶۳].

شبکه‌سازی، ایجاد رزومه کوتاه و مختصر، جذب منابع مالی و ارتباط با رهبران کسب و کار محلی را در اختیار دانشجویان قرار می‌دهند [۴۸] و همچنین خودکارآمدی، اعتماد به نفس و انگیزه پیشرفت دانشجویان را توسعه می‌دهند [۴۹]. در میان طیف گسترده‌ای از دوره‌های کارآفرینی، برخی از رایج‌ترین دوره‌ها عبارتند از: دوره‌های مقدماتی مانند معرفی کارآفرینی و ایجاد کسب و کار جدید، و همچنین دوره‌های مربوط به موضوعات خاص‌تر کسب و کار مانند راهبرد کارآفرینی، کارآفرینی فناورانه و تدارک مالی برای کارآفرینان [۵۰].

رقابت‌های کارآفرینی برنامه‌های با محدودیت زمانی هستند که اغلب بواسطه عوامل دیگر اکوسیستم مانند دانشگاه‌ها، دولت، و یا شرکت‌هایی ترغیب می‌شود که هدفشان کارایی سازمانی، احساس فوریت و همچنین احساس رفاقت و یادگیری مشترک در یک گروه است [۳۰]. در این برنامه‌ها، مسابقه‌دهندگان (عموماً در قالب گروه‌های تیمی)، ایده‌های کسب و کار خود را در مقابل یک تیم داوری ارائه می‌کنند و در رقابتی بین این تیم‌ها ایده قوی‌تر از شانس برنده‌شدن پاداش‌ها و جوایز نقدی برخوردار خواهد بود [۵۰]. رقابت‌ها نیز مانند دوره‌های کارآفرینی، معمولاً نیازی ندارند که برای درآمد، به استارت‌آپ‌ها تکیه کنند و معمولاً درآمد خود را از حمایت‌های مالی تأمین می‌کنند، هر چند گاهی اوقات هزینه ممکن است به‌طور مستقیم به حساب اشخاص گذاشته شود، به خصوص در مورد دوره‌های آموزشی [۳۰].

ث) سرمایه‌گذاران خطرپذیر (VC): سرمایه‌گذاری خطرپذیر یکی از شیوه‌های تأمین مالی شرکت‌های نوپا است که در آن سرمایه به همراه کمک‌های مدیریتی، در اختیار شرکت‌های جوان و دارای پتانسیل رشد بالا و آتیه اقتصادی قرار می‌گیرد. در حقیقت VC واسطه مالی میان مؤسسه‌های سرمایه‌گذار اصلی (نظیر صندوق‌های بازنشستگی) و شرکت‌های به سرعت در حال رشد نوآورمحور است. به‌طور معمول صندوق‌ها در جایگاه شریک با مسئولیت محدود (LP) عمل می‌کنند و سرمایه‌گذاران خطرپذیر نقش شریک مدیریتی (GP) را ایفا می‌کنند و مسئولیت فعالیت‌هایی که به‌وسیله منابع مالی صندوق LP انجام می‌شود را عهده‌دار می‌شوند [۵۲].

هرچند تصور می‌شود که این سرمایه‌گذاری‌ها بسیار پر ریسک هستند زیرا دارای عدم اطمینان بالا و عدم تقارن اطلاعات می‌باشند، بازده‌های بسیار بالای سرمایه‌گذاری باعث می‌شوند که این شرکت‌ها سهام سرمایه‌گذاران خود را در چنین مواردی سرمایه‌گذاری کنند. شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر مقادیر قابل توجهی از منابع را به درک و فهم بازارها و فناوری‌های جدید و نیز به یافتن فرصت‌های سرمایه‌گذاری در آن بخش‌ها اختصاص می‌دهند [۳۰]. تصور می‌شود که فرایندهای غربالگری و انتخاب آنها فشرده و اغلب طولانی است و در آن متغیرهایی مانند اندازه بازار، راهبرد، فناوری، تأیید مشتری و رقابت به‌طور جامع تحلیل و ارزیابی می‌شوند [۵۳]. بعد از اتمام سرمایه‌گذاری، سرمایه‌گذاران خطرپذیر با تعلیم‌دادن

رشد موفق سرمایه‌گذاری‌های کارآفرینی منافع مشترکی دارند و هر دو عامل به خاطر کمک عملی به شرکت‌های جوان متمایز هستند. دوماً، گروه‌های سرمایه‌گذاران و رشددهندگان اکوسیستم فرایندهای کاربردی مشترکی دارند و هر دو فرایند چند مرحله‌ای می‌باشند، ولو اینکه فرایند مورد استفاده گروه‌های سرمایه‌گذار جامع‌تر و کامل‌تر تلقی می‌شود. سوم، رشددهندگان اکوسیستم و گروه‌های سرمایه‌گذار به دنبال هدف یکسان دستیابی به موفقیت قابل ارزیابی کسب و کار در پایان همکاری خود با سرمایه‌پذیران کارآفرینی هستند، که در آن هدف رشددهندگان اکوسیستم ارتقای موفق شرکت‌های استیجاری خود کسب و کارهای قابل دوام درآمدت است، در حالی که گروه‌های سرمایه‌گذار موفقیت خود را براساس میزان بازده درونی خود می‌سنجند.

علاوه بر ویژگی‌های مشترک هر دو عامل، برخی از نویسندگان تأکید کرده‌اند که رابطه بین هر دو طرف می‌تواند مثبت و متقابلاً سودمند باشد [۶۸ و ۶۹ و ۴۲ و ۵۴]. با توجه به گروه‌های سرمایه‌گذار، دلایل اصلی بیان شده به‌عنوان دلیل اصلی این رابطه بر سه عامل متمرکز است: تعیین فناوری‌های جدید؛ نظارت بر توسعه استارت‌آپ؛ و قرارگرفتن در معرض سرمایه‌گذاری‌ها در مراحل اولیه. با توجه به منطبق رشددهندگان اکوسیستم برای برقراری رابطه با گروه‌های سرمایه‌گذار، سه دلیل اصلی بیان می‌شوند: تجربه تجاری و شبکه؛ دسترسی به منابع مالی؛ و پایداری مدل کسب و کار.

محقق	موضوع مورد بحث	ضعف
چاهین ^۲ [۲۰۰۷]	بررسی نقش بازیگران مکمل اکوسیستم و اهمیت دوگانه رشددهنده و سرمایه‌گذار	عدم تبیین رابطه و انتظارات
کلونوویسکی [۲۰۱۰]	تبیین جایگاه و خدمات دوگانه در اکوسیستم	عدم توجه به عوامل مؤثر بر تقویت روابط و انتظارات دوگانه
کالگاتی ^۳ [۲۰۰۵]	بررسی هم‌افزایی بین دوگانه	عدم بررسی انتظارات دوگانه و ارتباطات

با توجه به جدول فوق، به‌رغم وجود پایه و اساس محکم در درک هر دو عامل اکوسیستم برای توسعه و حفظ یک رابطه پرثمر، به نظر نمی‌رسد که داده‌های تجربی برای نشان‌دادن این‌که همکاری رشددهندگان اکوسیستم با گروه‌های سرمایه‌گذار همیشه کارآمد و مؤثر هستند، به ویژه در بازارهای نابالغ، وجود داشته باشد. در حالی که عوامل متعدد می‌تواند این رابطه را توضیح دهند، مانند بی‌اعتمادی کلی ذاتی سهامداران هنگام سرمایه‌گذاری در مراحل اولیه و یا عدم به اشتراک‌گذاری متقابل اطلاعات بین رشددهندگان اکوسیستم و گروه‌های سرمایه‌گذار، موضوع اصلی بیان شده توسط گروه‌های سرمایه‌گذار مربوط به توجه کم آنها به ایجاد و پرورش چنین رابطه به علت عدم نگرانی نسبت به پیگیری شرکت‌ها در

سرمایه‌گذاری‌های فرشته با انواع دیگر سرمایه‌گذاری از چند نظر دیگر مغایر است، از جمله: سرمایه‌گذاری‌های آنها معمولاً شامل سرمایه‌گذاری‌های نسبتاً کوچک، معمولاً تا £ ۲۵۰/۰۰۰ است [۶۴]؛ سرمایه‌گذاران فرشته برای نیازهای صاحبان SME مناسب‌تر هستند زیرا میزان رشدن پایین‌تر، گستره‌های خروج وسیع‌تر و سودهای موردنظر شبیه به سودهای حاصل از سرمایه‌گذاران خطرپذیر دارند، ولو اینکه سرمایه‌گذاری‌های فرشته شامل خطر بسیار بیشتر هستند و در نهایت، آنها معمولاً در اقتصادهای محلی خود سرمایه‌گذاری می‌کنند [۶۵]. فرشتگان کسب و کار علاوه بر ارائه کمک‌های مالی به شرکت‌های نوپا، به این خاطر که یک منبع "پول هوشمند" برای استارت‌آپ‌های مراحل اول هستند و علاوه بر پول خود، زمان و دانش و تجربه‌های عملیاتی و راهبردی خود را نیز سرمایه‌گذاری می‌کنند، مورد توجه هستند [۶۶ و ۶۴]. با توجه به تحقیقات ویلسون، این ورودی زمان در سرمایه‌گذاری‌های آنها و همچنین اشتیاق آنها برای مشارکت فعال در کسب و کار به تمایل این نوع سرمایه‌گذاران در "مساعدت" به دیگر کارآفرینان مرتبط است. همانطور که اکثر فرشتگان کسب و کار تجربه مدیریتی و کارآفرینی دارند و سرمایه‌گذاری‌های موفق خودشان را دارند که در شرایط پرسود و مقرون به صرفه می‌فروختند [۶۶ و ۵۴]، سرمایه‌گذاری فرشته هم یک روش مؤثر برای کارآفرینان سابق تلقی می‌شود برای این‌که بدون تناسب زمانی خاص برای شروع یک کسب و کار، در چالش موفقیت در یک کسب جدید درگیر بمانند. مشارکت و درگیرشدن زیاد فرشتگان کسب و کار در سرمایه‌گذاری‌هایشان نشان می‌دهد که چرا آنها معمولاً ترجیح می‌دهند در بخش‌هایی سرمایه‌گذاری کنند که آن بخش را درک کنند و معمولاً منطبق با تجربه‌های کارآفرینی قبلی‌شان باشد [۶۶] و این موضوع آنها را قادر می‌سازد که از شبکه مشتریان، فروشندگان، و دیگر منابع بالقوه خود که از گذشته توسعه داده‌اند و هم‌اکنون در دسترس است، بهره ببرند. سرمایه‌گذاران فرشته معمولاً به جای تنها یک یا دو شرکت، به سرمایه‌گذاری در مجموعه‌ای از شرکت‌ها تمایل دارند [۵۴]، و سرمایه‌گذاری‌های آنها اغلب به‌عنوان هشدار ایجاد یک کسب و کار با کیفیت تلقی می‌شود [۶۷].

۳- پیشینه و سؤالات تحقیق

از لحاظ تئوری، رابطه بین بازیگران اکوسیستم، در یک ارتباط کلانتر مابین گروه‌های سرمایه‌گذار و گونه‌های رشددهنده اکوسیستم مفروض می‌شوند، زیرا آنها در حمایت از بنگاه‌های نوپا در تمام طول توسعه آنها نقش مکمل را ایفا می‌کنند [۶۸]. بنا به اذعان کلونوویسکی^۱ [۲۰۱۰]، گونه‌های رشددهنده اکوسیستم و گروه‌های سرمایه‌گذاری با توجه به فعالیت‌هایشان ویژگی‌های مشترک بسیاری دارند. نخست این‌که آنها در

2. Chahine
3. Callegati

1. Klonowski

روی بررسی دیدگاه‌های مخاطب و تجربه گذشته در موضوعاتی مانند اهمیت رشددهندگان اکوسیستم برای استارت‌آپ‌ها، نقش آنها در کمک به سرمایه‌گذاران برای یافتن فرصت‌های سرمایه‌گذاری بهتر و تمرکز رشددهندگان اکوسیستم روی بخش‌های سرمایه‌گذاری ارجح مخاطب متمرکز بود. در نهایت، هدف بخش سوم ارزیابی همکاری بین رشددهندگان اکوسیستم و گروه‌های سرمایه‌گذار بود که شامل ۵ سؤال بود. در این بخش ما نه تنها همکاری مخاطبان با رشددهندگان اکوسیستم را تجزیه و تحلیل کردیم، بلکه هدف ما جمع‌آوری نظر آنها درباره چگونگی بهبود چنین همکاری‌ای از طریق یک سؤال آزاد درباره آن موضوع بود.

جامعه آماری این تحقیق شامل دو گروه سرمایه‌گذاران که در ایران مشغول فعالیت بودند، متشکل از فرشتگان کسب‌وکار و سرمایه‌گذاران خطرپذیر می‌باشد. با بررسی پروژه‌های انجام گرفته از طریق تأمین مالی بوسیله فرشتگان کسب‌وکار و سرمایه‌گذاران خطرپذیر و همچنین مقالات و گزارش‌های منتشرشده در این زمینه، تعداد کل افراد شناسایی شده در این جامعه شامل ۱۸ نفر می‌گردید. بر این اساس کل جامعه آماری مورد بررسی قرار گرفت و داده‌های بدست آمده از طریق آمار توصیفی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

در این پژوهش جهت بررسی پایایی و قابلیت اعتماد پرسش‌نامه، از روش موازی با استفاده از آزمون‌های هم‌تاستفاده شد. به این ترتیب که از میان ۱۸ نفر پاسخ‌دهنده به سؤالات یکسان در پرسشنامه، ۹ نفر گروه اول و ۹ نفر گروه دوم را تشکیل دادند. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها و بررسی پاسخ‌های داده‌شده، همبستگی میان پاسخ‌ها محاسبه گردید. نتایج حاصل از همبستگی میان پاسخ‌ها نشان‌دهنده، پایایی و قابلیت اعتماد روش جمع‌آوری داده‌ها بود.

۵- تجزیه و تحلیل یافته‌ها

در تمام این بخش، تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده ارائه خواهد شد. در مرحله اول، نتایج مربوط به درک گروه‌های سرمایه‌گذار از اهمیت رشددهندگان اکوسیستم در ارتقاء فرصت‌های سرمایه‌گذاری خوب تجزیه و تحلیل خواهد شد. در مرحله دوم، تجزیه و تحلیل درک گروه‌های سرمایه‌گذاری از ارزش‌افزوده رشددهندگان اکوسیستم به استارت‌آپ‌ها ارائه خواهد شد و در نهایت، نتایج مربوط به درک گروه‌های سرمایه‌گذار از این همکاری آنها با رشددهندگان اکوسیستم ارائه خواهد شد. جدول زیر مشخصات جامعه آماری پژوهش را براساس نوع، تحصیلات، جنسیت و سن توصیف می‌کند.

سرمایه‌گذار	تعداد	ارشد	دکتر	مرد	زن	میانگین سنی
فرشتگان	۷	۶	۱	۶	۱	۵۶
خطرپذیر	۱۱	۳	۸	۱۱	۰	۳۵

مراحل اولیه توسعه آنها می‌باشد [۶۸]. از جمله دلایل دیگری که باعث عدم تمایل گونه‌های سرمایه‌گذار به همکاری با رشددهندگان اکوسیستم می‌شود و در ادبیات به آنها پرداخته نشده است می‌توان به دانش محدود آنها درباره فعالیت‌های رشددهندگان اکوسیستم، بی‌میلی استارت‌آپ‌ها به تأمین مالی سرمایه‌گذاران و تعداد کم منابع سرمایه اشاره کرد [۶۸ و ۶۹]. هرچند گروه‌های سرمایه‌گذار علاقه کمی به همکاری با رشددهندگان اکوسیستم نشان می‌دهند، برخلاف این مسأله درست نیست و رشددهندگان اکوسیستم نسبت به دسترسی به منابع سرمایه تعهد نشان می‌دهند. با این حال، با وجود تلاش‌های بسیار زیاد رشددهندگان اکوسیستم برای همکاری با گروه‌های سرمایه‌گذار، ثابت شده است که عمدتاً به دلیل کشمکش با سرمایه‌گذاران در فعالیت‌های تکمیلی این کار چالش‌انگیز است زیرا از آنجایی که تصمیمات سرمایه‌گذاری مدت زیادی طول می‌کشند تا برای سرمایه‌گذاران تحقق یابند، این فعالیت‌های تکمیلی سخت هستند [۶۸].

بر این اساس با توجه به این خلاء تحقیقاتی در بررسی انتظارات گونه سرمایه‌گذار در اکوسیستم از رشددهندگان و با توجه به اهمیت این مسأله در دنیای واقعی، دو سؤال زیر به‌عنوان سؤالات این پژوهش مطرح گردید:

۱. گروه‌های سرمایه‌گذار، چگونه ارزش‌افزوده رشددهندگان اکوسیستم را درک می‌کنند؟
 ۲. از منظر گروه‌های سرمایه‌گذار ارتباط آنها با رشددهندگان اکوسیستم در کجا سودمند و قابل بهبود می‌باشد؟
- فقدان داده‌ها درخصوص این موضوع، که چنین اهمیت برجسته‌ای را در اکوسیستم‌های کارآفرینی امروزی تصور می‌کند، نشان می‌دهد که ممکن است در مورد این مسائل عدم آگاهی وجود داشته باشد و این موضوع انگیزه اصلی پشت این تحقیق می‌باشد.

۴- روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری و تحلیل داده‌ها میدانی - توصیفی می‌باشد. در این پژوهش برای کسب و جمع‌آوری اطلاعات اولیه از روش کتابخانه‌ای استفاده شد. اینکار با استفاده از منابعی همچون مقالات داخلی و خارجی، پایان‌نامه‌ها و کتاب‌های مختلف برای شناسایی عوامل اکوسیستم کارآفرینی انجام گرفت. در مرحله بعدی برای شناسایی نحوه درک و ارتباط مابین دو گروه اصلی از بازیگران اکوسیستم پرسشنامه‌ای متشکل از ۲۰ سؤال در سه بخش طراحی و پیاده‌سازی شد. اولین بخش از پرسشنامه، با هدف تجزیه و تحلیل پروفایل سرمایه‌گذار مخاطب، از ۷ سؤال تشکیل شده بود. این پرسش‌ها برای درک جنبه‌های خاص مربوط به مشخصات سرمایه‌گذار استفاده شد مانند بخش‌های مورد نظر خود آنها برای سرمایه‌گذاری، مورد استفاده‌ترین منابع برای جستجوی استارت‌آپ‌ها و مراحل تأمین بودجه که آنها معمولاً سرمایه‌گذاری می‌کنند. بخش دوم نیز متشکل از ۸ سؤال می‌باشد که هدف آنها سنجش درک و نگرش سرمایه‌گذاران از رشددهندگان اکوسیستم بود. سؤالات این بخش‌ها

جدول ۲- حوزه‌های سرمایه‌گذاری

درصد	فراوانی مطلق	متغیر	
۷۳	۱۹	بیوتکنولوژی	در کدام یک از بخش‌های زیر مایل به سرمایه‌گذاری هستید؟
۶۵	۱۷	فناوری مالی	
۵۸	۱۵	رایانش ابری	
۵۴	۱۴	سلامت و بهداشت	
۵۴	۱۴	دارو	
۴۶	۱۲	نانو فناوری	
۴۶	۱۲	تجارت الکترونیکی	
۴۲	۱۱	نرم‌افزارهای شرکتی	
۴۲	۱۱	نرم‌افزار	
۳۸	۱۰	گردشگری	
۳۵	۹	غذا/ نوشیدنی	
۳۱	۸	تبلیغات	
۳۱	۸	غیره	
۱۹	۵	کاملاً موافقم	بر پایه جوابی که به سؤال قبلی دادید، به نظر شما آیا رشددهندگان اکوسیستم در حال حاضر بر روی بخش مورد علاقه شما متمرکز شده‌اند؟
۶۲	۱۶	موافقم	
۱۵	۴	نظری ندارم	
۴	۱	مخالف هستم	
۰	۰	کاملاً مخالف هستم	
۰	۰	فکر نمی‌کنم	

در نهایت، بررسی ما درباره تمرکز رشددهندگان اکوسیستم روی بخش‌های ارجح گروه‌های سرمایه‌گذار، رضایت زیاد سرمایه‌گذاران را توضیح داد و نتایج نشان داد که ۸۱٪ گروه‌های سرمایه‌گذار تصور می‌کنند که رشددهندگان اکوسیستم به بخش‌های ارجح آنها به قدر کافی توجه می‌کنند. این نتایج نشان می‌دهند که رشددهندگان اکوسیستم انتظارات گروه سرمایه‌گذار در خصوص این موضوع را برآورده می‌کنند.

اما در مورد ارزش‌افزوده ایجادشده برای استارت‌آپ‌ها توسط رشددهندگان اکوسیستم ابتدا نظر سرمایه‌گذاران در مورد نقش رشددهندگان اکوسیستم در خلق کسب‌وکارهای نوپای موفق پرسیده شد که نتایج در جدول شماره ۳ ارائه شده است.

جدول ۳- نقش رشددهندگان اکوسیستم در خلق کسب‌وکارهای نوپای موفق

نمره میانگین	درصد	فراوانی مطلق	متغیر
۴.۱۵	۴	۱	با توجه به تجربه شخصی شما، نقش رشددهندگان اکوسیستم در خلق کسب و کارهای نوپای موفق را چگونه ارزیابی می‌کنید؟
	۸	۲	
	۱۵	۴	
	۱۵	۴	
	۵۸	۱۵	

با توجه به نقش رشددهندگان اکوسیستم در ایجاد استارت‌آپ‌های موفق، داده‌های جمع‌آوری شده نشان می‌دهند که گروه‌های سرمایه‌گذار اهمیت زیاد نقش رشددهندگان اکوسیستم را درک می‌کنند و میانگین نمره ۴/۱۵ نشان‌دهنده این نظر است. هرچند ما نتیجه مثبتی را انتظار داریم که بیانگر ارزش درک شده رشددهندگان اکوسیستم است، ولی به خاطر شواهد

۵-۱- درک و نگرش سرمایه‌گذاران از رشددهندگان اکوسیستم

همانگونه که گفته شد ما ۸ سؤال در مورد درک و نگرش سرمایه‌گذاران از رشددهندگان اکوسیستم طراحی کردیم که چهار سؤال اول آن درباره نقش رشددهندگان اکوسیستم در کمک به گروه‌های سرمایه‌گذار برای یافتن فرصت‌های سرمایه‌گذاری خوب و در ترویج پیدایش استارت‌آپ‌ها در بخش‌های ارجح سرمایه‌گذاری گروه سرمایه‌گذار بود و چهار سؤال دیگر به ارزش‌افزوده ایجادشده برای استارت‌آپ‌ها توسط رشددهندگان اکوسیستم اختصاص داده شد.

جدول ۱- سهولت یافتن فرصت‌های سرمایه‌گذاری

نمره متوسط	درصد	فراوانی مطلق	متغیر
۲.۹۲	۱۹	۵	۱
	۱۹	۵	۲
	۲۳	۶	۳
	۲۷	۷	۴
	۱۲	۳	۵
۳.۸۵	۱۲	۳	۱
	۰	۰	۲
	۱۵	۴	۳
	۳۸	۱۰	۴
	۳۵	۹	۵

جدول فوق نتایج بدست‌آمده در مورد نظر سرمایه‌گذاران پیرامون فرصت‌های سرمایه‌گذاری را نشان می‌دهد. درخصوص درک پاسخ‌دهندگان از مشکل پیدا کردن فرصت‌های سرمایه‌گذاری خوب، نتایج نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان این موضوع را کمی دشوار می‌دانند و میانگین نمره ۲/۹۲ این نتیجه‌گیری را تأیید می‌کند. هرچند ما انتظار داشتیم که این نتایج کمی بیشتر به سمت نمره پایین‌تر باشند که نشان‌دهنده مشکل فزاینده در پیدا کردن فرصت‌های سرمایه‌گذاری خوب بود، این نتایج قابل قبول هستند با توجه به اینکه ما اکوسیستم‌های مختلف و گروه‌های سرمایه‌گذار متفاوت را تجزیه و تحلیل می‌کنیم.

همینطور در مورد تأثیر درک‌شده از رشددهندگان اکوسیستم در کمک به گروه‌های سرمایه‌گذار در پیدا کردن فرصت‌های سرمایه‌گذاری بهتر، نتایج کلی، تأثیر مثبت رشددهندگان اکوسیستم را با میانگین ۳/۸۵ نشان می‌دهد. این نتایج مطابق با انتظارات ما می‌باشد زیرا مطابق شواهد نظری این یکی از دلایل اصلی پشت رابطه بین گروه‌های سرمایه‌گذاری و رشددهندگان اکوسیستم است.

جدول شماره ۲ داده‌های مربوط به این دو سؤال را نشان می‌دهد. با توجه به بخش‌های سرمایه‌گذاری آینده گروه‌های سرمایه‌گذار، داده‌های جمع‌آوری شده نشان می‌دهند که گرایش‌های عمده در چشم‌انداز سرمایه‌گذاری روی بیوتکنولوژی، فناوری مالی، رایانش ابری، سلامت و بهداشت و دارو متمرکز هستند. این بخش‌ها نقش مرکز زیاد گروه‌های سرمایه‌گذار روی استارت‌آپ‌های فناوری بنیان را نشان می‌دهند که انتظارات اولیه ما در روندهای فعلی سرمایه‌گذاری را تأیید می‌کند.

گروه‌های سرمایه‌گذار مداخله ارزشمندتری را بواسطه مراکز رشد در عوامل مقدماتی و عمومی نسبت به عوامل خاص‌تر نشان می‌دهند.

علاوه بر این نتیجه‌گیری، ما همچنین می‌توانیم مشاهده کنیم که هرچند گروه‌های سرمایه‌گذار در هر دو ارزیابی یک مجموعه عوامل را به‌عنوان ارزشمندترین و بی‌ارزشترین عوامل نشان دادند، میانگین نمرات کلی عوامل مداخله مراکز رشد بطور معناداری پایین‌تر از میانگین‌های ثبت‌شده توسط شتاب‌دهنده‌ها هستند و در نتیجه این امر بر افزایش ارزش کلی‌ای که گروه‌های سرمایه‌گذار در شتاب‌دهنده‌ها در مقایسه با مراکز رشد مشاهده می‌کنند، تأکید می‌کند.

ما پس از ارزیابی مجزای ارزش‌افزوده شتاب‌دهنده‌ها و مراکز رشد، عواملی را تجزیه و تحلیل کردیم که آنجا پاسخ‌دهندگان دوست داشتند کمک بیشتری بواسطه هر دوی این رشددهندگان اکوسیستم در مداخله‌هایشان ببینند. داده‌های جمع‌آوری شده نشان دادند که آموزش کارآفرینی، مشاوره کسب‌وکار و مشاوره مالی به‌عنوان عواملی نشان داده شدند که در آن‌ها گروه‌های سرمایه‌گذاری بیان کردند که بواسطه رشددهندگان اکوسیستم، به ترتیب با میانگین نمرات ۴/۰۸، ۴/۳۲ و ۴/۵۱، نیاز به تمرکز و فعالیت بیشتری وجود دارد. با توجه به عواملی که پاسخ‌دهندگان در آن حداقل نیاز به بهبود را بیان کردند، غربالگری استارت‌آپ با میانگین نمره ۴/۹۱ به‌عنوان عاملی مشخص شد که در آن گروه‌های سرمایه‌گذار مداخله‌های فعلی را بسیار کافی و مناسب می‌دانند و پس از آن توسعه خدمات/محصول و حمایت پس از برنامه به ترتیب با میانگین نمرات ۴/۸۵ و ۴/۷۳ بودند. براساس این نتایج و براساس نتایجی که قبلاً مورد تجزیه و تحلیل واقع شد، می‌توانیم نتیجه بگیریم که گروه‌های سرمایه‌گذار نیازی به حمایت پس از برنامه و توسعه خدمات/محصول که بواسطه گروه‌های سرمایه‌گذار مورد توجه واقع می‌شد، نمی‌بینند، درحالی‌که آموزش کارآفرینی به‌عنوان یک عامل مهم از مداخله ارزشمندترین ارزش را هم در شتاب‌دهنده‌ها و هم مراکز رشد ایجاد می‌کند، و نیز عاملی است که پاسخ‌دهندگان گزارش کردند که انتظار دارند رشددهندگان اکوسیستم بیشترین توجه را به خود اختصاص دهد. همانند مشاوره کسب‌وکار و مشاوره مالی، نتایج نشان می‌دهند که گروه‌های سرمایه‌گذار نیاز به برطرف کردن بهتر این عوامل را درک می‌کنند و داده‌های جمع‌آوری شده عدم تطابق بین انتظارات رشددهندگان اکوسیستم و گروه‌های سرمایه‌گذار در خصوص این عوامل را نشان می‌دهند.

۵-۲- همکاری بین رشددهندگان اکوسیستم و گروه‌های سرمایه‌گذار
آخرین موضوع مورد مطالعه در پرسشنامه مربوط به همکاری بین رشددهندگان اکوسیستم‌ها و گروه‌های سرمایه‌گذار بود و پنج سؤال درباره این موضوع مطرح شد. سؤالات ارزیابی‌شده و داده‌های جمع‌آوری شده در هر یک از این پرسش‌ها در ادامه در جدول زیر ارائه شده است.

نظری‌ای که بر نگاه نه‌چندان مثبت گروه‌های سرمایه‌گذار از مداخله‌های رشددهندگان اکوسیستم اشاره داشتند، ما این ارزیابی را مثبت نمی‌پنداشتیم. سه سؤال آخر در این سرفصل به بررسی خدماتی از رشددهندگان اکوسیستم اختصاص دارد که از نظر سرمایه‌گذاران بیشترین ارزش‌افزوده را ایجاد می‌کند. داده‌های مربوط به این سه سؤال در جدول ۴ ارائه شده است. با توجه به عواملی که در آن‌ها برنامه‌های شتاب‌دهنده به ارزش استارت‌آپ‌ها می‌افزایند، نتایج نشان می‌دهند که عواملی که در آن‌ها مداخله شتاب‌دهنده‌ها بسیار با ارزش هستند، دسترسی به خدمات منتورینگ، با میانگین نمره ۴/۲۸، غربالگری کسب‌وکارهای نوپا و آموزش کارآفرینی به ترتیب با میانگین نمرات ۳/۹۸ و ۳/۸۳ می‌باشند. همانند عواملی که در آنها شتاب‌دهنده‌ها کمترین ارزش را می‌افزایند، حمایت بعد از برنامه، مشاوره حقوقی و مشاوره مالی به ترتیب با میانگین نمرات ۲/۹۴ و ۲/۵۸ به‌عنوان عواملی نشان داده شدند که در آن‌ها مداخله شتاب‌دهنده‌ها بسیار کم‌ارزش بود. این نتایج نشان می‌دهند که برنامه‌های شتاب‌دهنده عمدتاً برای کارآفرینان بار اول طراحی شده است و گروه‌های سرمایه‌گذار مداخله ارزشمندتری را بواسطه شتاب‌دهنده‌ها در عوامل مقدماتی و عمومی نسبت به عوامل خاص‌تر نشان می‌دهند.

جدول ۴- ارزش‌افزوده خدمات رشددهندگان اکوسیستم از نگاه گروه‌های سرمایه‌گذار

پشتیبانی فرآیندها	مشاوره حقوقی	مشاوره مالی	توسعه محصول/خدمات	مشاوره تجاری	دسترسی به خدمات منتورینگ	آموزش کارآفرینی	غربالگری کسب و کارهای نوپا
۲/۵۸	۲/۹۴	۲/۹۸	۳/۴۸	۳/۴۳	۴/۲۸	۳/۸۳	۳/۹۸
با توجه به تجربه شما، نقش شتاب‌دهنده‌ها به چه میزان با جنبه‌های زیر مرتبط است؟							
۲/۴۵	۲/۵۸	۲/۷۰	۲/۸۴	۳/۱۲	۳/۳۷	۳/۴۹	۳/۵۹
با توجه به تجربه شما، نقش مراکز رشد به چه میزان با جنبه‌های زیر مرتبط است؟							
۴/۷۳	۴/۶۱	۴/۵۱	۴/۸۵	۴/۳۲	۴/۵۰	۴/۰۸	۴/۹۱
با توجه به حوزه‌ای که دنبال می‌کنید، در چه زمینه بیشتر مایل هستید تا رشددهندگان اکوسیستم به شما کمک کنند؟							

در مورد فعالیت‌هایی که توسط مراکز رشد انجام می‌شود و باعث خلق ارزش‌افزوده برای استارت‌آپ می‌گردد (مشابه ارزیابی ما در خصوص شتاب‌دهنده‌ها)، غربالگری استارت‌آپ‌ها، با میانگین نمره ۳/۵۹، آموزش کارآفرینی و دسترسی به خدمات منتورینگ به ترتیب با میانگین نمرات ۳/۳۷ و ۳/۴۹ از نظر پاسخ‌دهندگان دارای بالاترین رتبه و بیشترین ارزش‌افزوده برای استارت‌آپ‌ها بودند. درحالی‌که حمایت بعد از برنامه، مشاوره حقوقی و مشاوره مالی به ترتیب با میانگین نمرات ۲/۹۴، ۲/۵۸ و ۲/۷۰ به‌عنوان عواملی نشان داده شدند که در آن‌ها انکوباتورها کمترین ارزش را می‌افزایند. این نتایج نشان می‌دهند که مراکز رشد نیز مانند برنامه‌های شتاب‌دهنده عمدتاً برای کارآفرینان بار اول طراحی شده است و

جدول ۵- همکاری بین رشددهندگان اکوسیستم و گروه‌های سرمایه‌گذار

نمره میانگین	درصد	فراوانی مطلق	متغیر	
			بله	خیر
-	۷۳	۱۹	آیا در حال حاضر هیچ‌گونه حمایت و ارتباطی از جانب شما با رشددهندگان اکوسیستم وجود دارد؟ (برای مثال پشتیبانی مشاوره‌ای، مالی، جوایز و ...)	بله
	۲۷	۷		خیر
-	۵۴	۱۴	تدریس و سخنرانی ارائه خدمات منتورینگ به شرکت‌های زیر مجموعه	آیا جواب شما به سؤال قبل مثبت است لطفاً مشخص نمایید که چگونه شما رشددهندگان اکوسیستم را پشتیبانی می‌کنید؟
	۳۸	۱۰	پشتیبانی مالی فراهم نمودن و پیشنهاد سایر منابع	
	۱۹	۵	در نظر گرفتن جوایز حضور در برنامه‌ها و کمپها	
	۱۲	۳		
	۱۲	۳		
	۵۰	۱۳		
۴.۱۵	۰	۰	۱	بر پایه تجربه شخصی خود، همکاری مابین سرمایه‌گذاران و رشددهندگان اکوسیستم در ارتباط با به اشتراک گذاری اطلاعات روی کسب و کارهای نوپا را چگونه رتبه‌بندی می‌نمائید؟
	۸	۲	۲	
	۱۵	۴	۳	
	۳۱	۸	۴	
	۴۶	۱۲	۵	
-	۹۶	۲۵	شناسنامه تک‌برگی استارت‌آپ	کدام نوع از اطلاعات زیر توسط رشددهندگان اکوسیستم با سرمایه‌گذاران به اشتراک گذاشته می‌شود؟
	۳۸	۱۰	طرح کسب و کار شرکت نوپا	
	۴۶	۱۲	توصیه‌نامه سرمایه‌گذاری	
	۱۲	۳	ارزیابی توانمندی نوپا	
	۱۲	۳	غیره	

با توجه به حمایت گروه‌های سرمایه‌گذار از رشددهندگان اکوسیستم، ۷۳٪

از پاسخ‌دهندگان تأیید کردند که در حال حاضر رشددهندگان اکوسیستم را حمایت می‌کنند. این نتایج کاملاً مثبت هستند و این پیش‌بینی ما را تأیید می‌کنند که سطح همکاری بین این دو نهاد در رابطه با فراهم کردن حمایت مؤثر خواهد بود. البته انتظار می‌رفت که این درصد کمی بالاتر از ۷۳ می‌بود که علت آن را می‌توان در نوظهور بودن برخی از سرمایه‌گذاران از جمله سرمایه‌گذاران خطرپذیر در اکوسیستم کارآفرینی ایران دانست؛ به گونه‌ای که هنوز روابط این بازیگران با دیگر بازیگران اکوسیستم به‌طور کامل شکل نگرفته است. ما بواسطه ارزیابی داده‌های جمع‌آوری شده نیز توانستیم به این نتیجه برسیم که حمایت از رشددهندگان اکوسیستم عمدتاً از دو نوع خدمات تشکیل می‌شود: تدریس و سخنرانی (۵۴ درصد پاسخ‌دهندگان)، حضور در برنامه‌ها و کمپها (۵۰ درصد پاسخ‌دهندگان). این دو خدمت نشان می‌دهند که کمک گروه‌های سرمایه‌گذار به رشددهندگان اکوسیستم اصولاً شامل ارائه دانش و اطلاعات و به اشتراک گذاری تجربه می‌باشد و در نتیجه با شواهد نظری‌ای که قبلاً در این مقاله ارائه شده است هماهنگ می‌باشد.

درخصوص همکاری بین رشددهندگان اکوسیستم‌ها و گروه‌های سرمایه‌گذار در مورد به اشتراک گذاری اطلاعات، اکثر گروه‌های سرمایه‌گذار تحقق آن را مهم تلقی کردند و ۷۷٪ از پاسخ‌دهندگان به این عامل امتیاز مهم یا بسیار مهم دادند و در مقابل ۸٪ از پاسخ‌دهندگان با اهمیت آن مخالف بودند. این نظریه با میانگین نمره ۴/۱۵ که هیچ شک و تردیدی درباره اهمیت به اشتراک گذاری اطلاعات باقی نمی‌گذارد بیشتر مورد تأکید واقع می‌شود. اگرچه چنین ارزیابی‌ای غیرمنتظره نبود، با توجه به اینکه عامل اصلی در هر همکاری موفق ارتباط است، با توجه به اطلاعات جمع‌آوری شده، آن به طرز عجیبی با سخت‌ترین عامل در ارتباط میانی بین این دو نهاد سازگار است. این ادعا با ارزیابی ارائه‌شده در ادامه برای همکاری بین رشددهندگان اکوسیستم و گروه‌های سرمایه‌گذار تأیید می‌شود.

با تجزیه و تحلیل، اطلاعات به اشتراک گذاشته‌شده توسط رشددهندگان اکوسیستم، شناسنامه تک‌برگی استارت‌آپ به وضوح به‌عنوان اطلاعات اولیه‌ای که بین این دو نهاد به اشتراک گذاشته می‌شوند، نشان داده می‌شوند و ۹۶٪ از پاسخ‌دهندگان نشان دادند که معمولاً این اطلاعات را دریافت می‌کنند. بعد از شناسنامه تک‌برگی استارت‌آپ، نوع دوم بسیار مشترک اطلاعات، توصیه‌های سرمایه‌گذاری هستند و ۴۶٪ از پاسخ‌دهندگان ادعا می‌کنند که این اطلاعات را دریافت می‌کنند. طرح کسب و کار شرکت نوپا در جایگاه‌های سوم قرار می‌گیرد و ۳۸ درصد از پاسخ‌دهندگان بیان می‌کنند که این اطلاعات را دریافت می‌کنند. این تجزیه و تحلیل نتایج نشان می‌دهد که هرچند به اشتراک گذاری اطلاعات برای گروه‌های سرمایه‌گذار مهم تلقی می‌شود، همکاری بین رشددهندگان اکوسیستم و گروه‌های سرمایه‌گذار توسط هر دو طرف بطور کارآمدی صورت نمی‌گیرد و اطلاعات مربوطه به هر دو طرف ذینفع نمی‌رسد و در نتیجه به رابطه ناچیزی منتهی می‌شود که به فراخور پتانسیل آن نیست.

همچنین درخصوص همکاری بین رشددهندگان اکوسیستم‌ها و گروه‌های سرمایه‌گذار، یک سؤال مطرح گردید که هدف آن درک نظرات گروه‌های سرمایه‌گذار در مورد چگونگی بهبود همکاری و به اشتراک گذاری اطلاعات با رشددهندگان اکوسیستم بود. با توجه به همکاری کلی با رشددهندگان اکوسیستم، پیشنهادات پاسخ‌دهندگان عمدتاً روی نیاز به ترویج همکاری نزدیک‌تر بین رشددهندگان اکوسیستم و گروه‌های سرمایه‌گذاری در مراحل اولیه و در سطحی عمیق‌تر، نیاز به بهبود سطح ارتباطات، ترویج وقایع کارآفرینی بیشتر و همچنین برطرف کردن بهتر نیازهای سرمایه‌گذاران متمرکز بودند. همانند پیشنهادات مربوط به چگونگی بهبود به اشتراک گذاشتن اطلاعات بین نهادها، پرتکرارترین پیشنهاد ایجاد یک پلت فرم مشترک بود که به‌طور خاص برای ترویج به اشتراک گذاری اطلاعات با سرمایه‌گذاران به‌طور منظم‌تر و فعال‌تر، برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات به‌طور منظم و فعالانه، و در نهایت برای فیلتر کردن اطلاعات به اشتراک گذاشته‌شده توسط سرمایه‌گذار طراحی شده بود به‌طوری که آن با پروفایل هر سرمایه‌گذار بهتر هماهنگ می‌شود.

اکوسیستم و گروه‌های سرمایه‌گذار، ایجاد یک پلت فرم مشترک است که به‌طور خاص برای هدف به اشتراک‌گذاری اطلاعات بین این دو نهاد طراحی گردد. هدف ایجاد چنین پلت‌فرمی، تسهیل به اشتراک‌گذاری اطلاعات بین رشددهندگان اکوسیستم و گروه‌های سرمایه‌گذار، و همچنین ترویج به اشتراک‌گذاری فعال‌تر و منظم‌تر اطلاعات مربوطه با توجه به پروفایل شخصی هر یک از گروه‌های سرمایه‌گذار خواهد بود.

در طول این مطالعه، ما با محدودیت‌هایی مواجه شدیم که می‌توانستند کاربردپذیری این نتایج را تحت تأثیر قرار دهند. این محدودیت‌ها عمدتاً شامل این موارد هستند: ۱- جامعه آماری گروه سرمایه‌گذار در ایران نسبتاً محدود بود، ۲- این حقیقت که ما تنها برداشت گروه‌های سرمایه‌گذار را بررسی کردیم و در نتیجه گستره این تحقیق به نقطه‌نظر تنها یکی از نهادهای مربوطه محدود است.

۷- مراجع

- 1- Kane, T. J., The importance of startups in job creation and job destruction. Kauffman Foundation Research Series: Firm Formation and Economic Growth, 2010.
- 2- Peng, M. W. How entrepreneurs create wealth in transition economies. The Academy of Management Executive, 15(1), 95-108, 2001.
- 3- Audretsch, D. B. Entrepreneurship: A survey of the literature. Office for Official Publications of the European Communities Luxembourg, 2003.
- 4- OECD. The Impact of the Global Crisis on SME and Entrepreneurship Financing and Policy Responses. Centre for Entrepreneurship, SMEs, and Local Development, Organisation for Economic Co-operation and Development Paris, 2009.
- 5- Herrmann, B. L., Gauthier, J. F., Holtschke, D., Berman, R., & Marmer, M. The Global Startup Ecosystem Ranking 2018. Tech. rep., Compass, 2018.
- 6- Mason, C., & Brown, R. Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Final Report to OECD, Paris, 2018.
- 7- Blank, S. Why the lean start-up changes everything. Harvard Business Review, 91(5), 63-72, 2013.
- 8- Neck, H. M., Meyer, G. D., Cohen, B., & Corbett, A. C. An entrepreneurial system view of new venture creation. Journal of Small Business Management, 42(2), 190-208, 2004.
- 9- Isenberg, D. The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. Presentation at the Institute of International and European Affairs, 2011.
- 10- Spilling, O. R. The entrepreneurial system: On entrepreneurship in the context of a mega-event. Journal of Business Research, 36(1), 91-103, 1996.
- 11- Hearn Greg, Pace Cassandra. Value-creating ecologies: understanding next generation business systems, Emerald Group Publishing Limited, ISSN 6689-1463, Emerald Group Publishing, Vol. 8, pp. 55-65, 2006.
- 12- Sui D. Z. Economy as ecosystem: Knowledge management, organizational intelligence and learning and complexity, 2006.
- 13- Inoue T., Nagayama S. "Strategic types and performance of niche-firms within business ecosystems: A study of the Japanese video game industry: Waseda Business & Economic Studies, Vol. 47, 2011.
- 14- Moore James F. Business ecosystems and the view from the firm: The Antitrust Bulletin, 2005.

۴- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

این پژوهش به ما کمک کرد تا درباره تصورات گروه‌های سرمایه‌گذار در خصوص رشددهندگان در اکوسیستم کارآفرینی ایران، با توجه خاص به جنبه‌های سهم رشددهندگان اکوسیستم در استارت‌آپ‌ها و همکاری بین رشددهندگان اکوسیستم‌ها و گروه‌های سرمایه‌گذار، دانش و اطلاعات سودمندی کسب کنیم.

براساس تجزیه و تحلیل نتایج، مشخص شد که در خصوص ویژگی‌های سهم رشددهندگان اکوسیستم در استارت‌آپ‌ها که بسیار ارزشمند هستند، گروه‌های سرمایه‌گذار، غربالگری استارت‌آپ، آموزش کارآفرینی و دسترسی به مشاور را عواملی می‌دانند که رشددهندگان اکوسیستم از طریق آنها بیشترین ارزش را به کارآفرینان می‌دهند. همچنین مشخص شد که همکاری بین این دو عامل اکوسیستم می‌تواند بهبود یابد و گروه‌های سرمایه‌گذار وجود نقاط ضعف گوناگون را در همکاری خود با رشددهندگان اکوسیستم، به ویژه از نظر ارتباطات و به اشتراک‌گذاری اطلاعات، نشان دادند. براساس داده‌های جمع‌آوری شده و در تجزیه و تحلیل نتایج به‌دست آمده، ما برخی توصیه‌های مربوط به چگونگی ایجاد ارزش بیشتر برای استارت‌آپ‌ها توسط رشددهندگان اکوسیستم و چگونگی بهبود همکاری بین رشددهندگان اکوسیستم و گروه‌های سرمایه‌گذار را ارائه می‌دهیم:

هرچند رشددهندگان اکوسیستم روی ترویج کارآفرینی و حمایت از استارت‌آپ‌ها در تمام مراحل توسعه‌شان متمرکز هستند، اما این بازیگران نسبت به بازیگران گروه سرمایه‌گذار از تجربه تجاری و عملی کمتری برخوردار هستند و لذا سهمشان در کمک به استارت‌آپ‌ها دارای کمبودهایی در طرف بازار می‌باشد و در نتیجه ارزش افزوده مداخله آنها را محدود می‌کند. بدین معنا، همکاری نزدیک‌تر آنها با گروه‌های سرمایه‌گذار می‌تواند به تأثیر معنی‌دارتر روی مداخله رشددهندگان اکوسیستم در استارت‌آپ منجر شود. لذا پیشنهاد می‌گردد همکاری نزدیک‌تر بین رشددهندگان اکوسیستم و گروه‌های سرمایه‌گذار در درون اکوسیستم ترویج گردد.

همچنین همانطور که در نتایج پرسشنامه ما نشان داده شده است، بین سهم رشددهندگان اکوسیستم در استارت‌آپ و عواملی که در آن گروه‌های سرمایه‌گذاری معتقدند باید روی افزودن ارزش به استارت‌آپ متمرکز شوند، ناهماهنگی اندکی وجود دارد. این مغایرت ممکن است ناشی از عدم درک و دانش درباره نقش و دیدگاه‌های یکدیگر باشد. رشددهندگان اکوسیستم‌ها و گروه‌های سرمایه‌گذار بواسطه درک متقابل و ارتباط بیشتر بین هر دو نهاد، می‌توانستند در مورد چگونگی اضافه کردن بیشترین ارزش به استارت‌آپ‌ها به توافق برسند و در نتیجه کمک خود به ایجاد استارت‌آپ‌های با کیفیت‌تر را بهبود بخشند. بر این اساس ترویج درک واضح‌تر بین رشددهندگان اکوسیستم‌ها و گروه‌های سرمایه‌گذار با توجه به انتظارات در مورد نقش یکدیگر می‌تواند بسیار سودمند باشد.

و در نهایت یکی از مرتبط‌ترین پیشنهادات در مورد نحوه رسیدگی به تعهدات موجود در به اشتراک‌گذاری اطلاعات بین رشددهندگان

- supply of business incubation services across different incubator generations. *Technovation*, 32, 110–121, 2012.
- 37- Lalkaka, R. Best practices in business incubation: Lessons (yet to be) learned. In *International Conference on Business Centers: Actors for Economic & Social Development*. Brussels, November pp. 14–15, 2001.
 - 38- Aerts, K., Matthyssens, P., & Vandenbempt, K. Critical role and screening practices of European business incubators. *Technovation*, 27(5), 254–267, 2007.
 - 39- Smilor, R. W. Managing the incubator system: critical success factors to accelerate new company development. *Engineering Management, IEEE Transactions on*, (3), 146–155, 1987.
 - 40- Cohen, S., & Hochberg, Y. V. Accelerating startups: The seed accelerator phenomenon. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2418000>, 2014.
 - 41- Fishback, B., Gulbranson, C. A., Litan, R. E., Mitchell, L., & Porzig, M. A. Finding Business' Idols: A New Model to Accelerate Start-Ups. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1001926>, 2007.
 - 42- Miller, P., & Bound, K. The startup factories. Retrieved from <http://www.nesta.org.uk/library/documents/StartupFactories.pdf>, 2011.
 - 43- Nesta. Startup accelerator programmes: a practice guide. Retrieved from https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/startup_accelerator_programmes_practice_guide.pdf, 2014.
 - 44- Seed-DB. Seed Accelerators & Groups. Retrieved May 11, 2016, from <http://www.seed-db.com/accelerators>, 2016.
 - 45- Capdevila, I. Different inter-organizational collaboration approaches in coworkingspaces in Barcelona, 2014.
 - 46- Gandini, A. The rise of coworking spaces: A literature review*. *Ephemera*, 15(1), 193, 2015.
 - 47- Moriset, B. Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces. In *2nd Geography of Innovation, International Conference 2014*. Utrecht University, Utrecht (The Netherlands), 2013.
 - 48- U.S. Department of Commerce. The Innovative and Entrepreneurial University: Higher Education, Innovation & Entrepreneurship in Focus, 2013.
 - 49- Florin, J., Karri, R., & Rossiter, N. Fostering entrepreneurial drive in business education: An attitudinal approach. *Journal of Management Education*, 31(1), 17–42, 2007.
 - 50- Sá, C., Kretz, A., & Sigurdson, K. The State of Entrepreneurship Education in Ontario's Colleges and Universities, 2014.
 - 51- Miller, P., & Stacey, J. Good Incubation: The craft of supporting early-stage social ventures, 2014.
 - 52- Cumming, D.J., Johan, S.A.; "Venture Capital and Private Equity Contracting. An International Perspective"; Academic Press Elsevier, 2nd Edition. 2014.
 - 53- Kaplan, S. N., & Lerner, J. It ain't broke: the past, present, and future of venture capital. *Journal of Applied Corporate Finance*, 22(2), 36–47, 2010.
 - 54- Wilson, K. E. Financing high-growth firms: The role of angel investors, 2011.
 - 55- Preston, S. L. Angel Financing for Entrepreneurs: Early-Stage Funding for Long-Term Success. John Wiley & Sons, 2011.
 - 56- EVCA. Survey on the economic and social impact of venture capital in Europe, 2002.
 - 57- EVCA. Guide on private equity and venture capital. Retrieved from <http://www.investeurope.eu/media/78722/guide-on-private-equity-and-venture-capital2007.pdf>, 2007.
 - 58- Zider, B. How venture capital works. *Harvard Business Review*, 76(6), 131–139, 1998.
 - 59- Marcus, A., Malen, J., & Ellis, S. The Promise and Pitfalls of Venture Capital as an Asset Class for Clean Energy Investment: Research Questions for Organization and Natural Environment Scholars, 26(1), 2013.
 - 15- Moore James F. *Predators and Prey: A New Ecology of competition*, Harvard Business Review, 1993.
 - 16- Gnyawali, D. R., & Fogel, D. S. Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 43, 1994.
 - 17- Isenberg, D. *Introducing the Entrepreneurship Ecosystem: Four Defining Characteristics*, 2011.
 - 18- Tripathi, Nirnaya, Pertti Seppänen, Ganesh Boominathan, Markku Oivo, and Kari Liukkunen. "Insights into startup ecosystems through exploration of multi-vocal literature." *Information and Software Technology* 105, 2019.
 - 19- Autio, Erkkö, Martin Kenney, Philippe Mustar, Don Siegel, and Mike Wright. "Entrepreneurial innovation: The importance of context." *Research Policy* 43, no. 7, 2014.
 - 20- Karhiniemi M. *Creating and sustaining successful business ecosystems*, Helsingki: HELSINKI SCHOOL OF ECONOMICS (HSE), 2009.
 - 21- Davenport T., Leibold M., Voelpel S. *Strategic Management in the Innovation Economy*. Bremen: A Joint Publication of Publicis Corporate, 2006.
 - 22- Mota, D., Nodehi, T., Zutshi, A., Grilo, A., & Cruz-Machado, V. What is a Digital Entrepreneurship Ecosystem: Players and Processes. In *International Conclave On Innovations in Engineering & Management (ICIEM-2016)* (pp. 298–307), 2016.
 - 23- A.-P.F. Berlin, *Startup Cities*. http://apwberlin.de/wp-content/uploads/2016/05/APW-2016_Startup-Cities.pdf, 2016 (accessed November 1, 2016).
 - 24- A. Sharma, *What Tech-Enabled Startups Should Do to Grow in a Turbulent Economy*. <http://www.pcquest.com/what-tech-enabled-startups-should-do-to-grow-in-a-turbulent-economy/>, 2016 (accessed November 1, 2016).
 - 25- F. Kon, D. Cukier, C. Melo, O. Hazzan, H. Yuklea, A. Conceptual Framework for Software Startup Ecosystems: the case of Israel. *Technical Report RT-MAC-2015-01*, June 2015.
 - 26- J. Elias, *Building Small Town Startup Ecosystems, On Connection at a Time*. <https://www.startupgrind.com/blog/building-small-town-startup-ecosystems-on-connection-at-a-time/>, 2016 (accessed November 1, 2016).
 - 27- R. Works, *Differentiating Our Startup Ecosystem: Virginia the New Leader in Entrepreneurship - Richmond at the Center*. http://www.richmondeda.org/LinkClick.aspx?fileticket=mOjBZ95p_c8%3D&portalid=0, 2014 (accessed November 1, 2016).
 - 28- Bathelt, H., Kogler, D. F., & Munro, A. K. 'A knowledge-based typology of university spin-offs in the context of regional economic development', *Technovation*, 30(9), 519–532, 2010.
 - 29- Isabelle, D. A. Key Factors Affecting a Technology Entrepreneur's Choice of Incubator or Accelerator. *Technology Innovation Management Review*, 3(2), 2013.
 - 30- Dee, N., Gill, D., Weinberg, C., & McTavish, S. Startup support programmes: What's the difference? , 2015.
 - 31- Davila, A., Foster, G., & Gupta, M. Venture capital financing and the growth of startup firms. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 689–708, 2003.
 - 32- Wiltbank, R. E., & Association, B. B. A. Siding with the Angels: Business Angel investing-promising outcomes and effective strategies. NESTA, 2009.
 - 33- Joseph P. Eshun Jr, *Business incubation as strategy*, Business Strategy Series, Vol. 10, No. 3, page 156, 2009.
 - 34- CSES. *Benchmarking of Business Incubators*. Retrieved from <http://www.cses.co.uk/upl/File/Benchmarking-Business-Incubators-main-report-Part1.pdf>, 2002.
 - 35- Lesáková, L. The Role of Business Incubators in Supporting the SME Start-up. *Acta Polytechnica Hungarica*, 9(3), 2012.
 - 36- Bruneel, J., Ratinho, T., Clarysse, B., & Groen, A. The Evolution of Business Incubators: Comparing demand and

- 60- Avdeitchikova, S. On the structure of the informal venture capital market in Sweden: developing investment roles. *Venture Capital*, 10(1), 55–85, 2008.
- 61- Fairchild, Richard, An entrepreneur's choice of venture capitalist or angel -financing: A behavioral game-theoretic approach, *Journal of Business Venturing*, 22, 359–374, 2011.
- 62- Van Osnabrugge, M. A comparison of business angel and venture capitalist investment procedures: An agency theory-based analysis. *Venture Capital* 2, 91–109, 2000.
- 63- Mittness, C., Sudek, R. and Cardon, M. Angel investor characteristics that determine whether perceived passion leads to higher evaluations of funding potential. *Journal of Business Venturing*, 27(5), 592–606, 2012.
- 64- Mason, C., & Harrison, R. T. Annual report on the business angel market in the United Kingdom: 2008/09. Department for Business Innovation and Skills, 2010.
- 65- Riding, A. L. Business angels and love money investors: segments of the informal market for risk capital. *Venture Capital*, 10(4), 355–369, 2008.
- 66- Aernoudt, R. Business angels: should they fly on their own wings? *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 1(2), 187–195, 1999.
- 67- Chahine, S., Filatotchev, I., & Wright, M. Venture capitalists, business angels, and performance of entrepreneurial IPOs in the UK and France. *Journal of Business Finance & Accounting*, 34(3-4), 505–528, 2007.
- 68- Callegati, E., Grandi, S., & Napier, G. Business Incubation and Venture Capital. An International Survey on Synergies and Challenges. Joint IPI/IKED Working Paper, 2005.
- 69- Klonowski, D., & Cumming, D. J. Business Incubation and Its Connection to Venture Capital. *Venture Capital: Investment Strategies, Structures, and Policies*, 111–129, 2010.