

تبیین اثرگذاری شرکت در رویدادهای فناورانه بر تأسیس و توسعه

کسب و کارهای نوپا در استان خراسان شمالی

ساسان رجب‌لو
 دانشگاه علوم پزشکی، خراسان شمالی، ایران
 sasanrajabloo711@gmail.com

امیر امانی
 دانشگاه علوم پزشکی، خراسان شمالی، ایران
 amani76@gmail.com

آرزو حق‌شناس^o
 دانشگاه علوم پزشکی، خراسان شمالی، ایران
 areou.haghshenas@gmail.com

مهدی حارث‌آبادی
 دانشگاه علوم پزشکی، خراسان شمالی، ایران
 mehdiharesabadi@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۲۶

تاریخ اصلاحات: ۱۴۰۱/۰۵/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۰۷

چکیده

با افزایش اقبال به اقتصاد دانش‌بنیان، در سال‌های اخیر شاهد رشد کمی و کیفی انواع رویدادهای فناورانه از قبیل استارت‌آپ و یکند، ال‌کامپ، فیناپ و مانند در سال‌های اخیر هستیم. رویدادهای فناورانه در راستای کمک به تأسیس و توسعه کسب و کارهای نوپا انجام می‌گردند. علیهذا این رویدادها هزینه و زمان قابل توجهی را به خود اختصاص می‌دهند در حالیکه به نظر می‌رسد کارایی این رویدادها مورد بررسی دقیقی قرار نگرفته است. هدف از این مطالعه، بررسی اثربخشی شرکت در این رویدادها در تأسیس و رشد کسب و کارهای نوپا بوده است. در این راستا با انجام یک پژوهش کیفی و با استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختارمند بر روی ۸ شرکت مستقر در پارک علم و فناوری استان خراسان شمالی، به پنج تم اصلی رسیدیم. عوامل اصلی مؤثر بر کارایی رویدادها از نظر مصاحبه‌شوندگان عبارت بود از کیفیت برگزاری رویداد (استفاده از متخصصین کسب و کار و افراد مهم در این رشته)، پیگیری برگزارکنندگان (کمک به پرورش ایده‌های برتر، کمک به تیم‌سازی و معرفی به مراکز رشد)، انگیزش شرکت‌کنندگان (افزایش انگیزه شرکت‌کنندگان در رویداد به منظور آغاز یک کسب و کار نوپا یا تقویت آن)، ارتباطات توسعه‌ای (تقویت شبکه‌سازی) و اصلاح تیم اولیه (اضافه‌شدن افرادی با تخصص‌های مورد نیاز کسب و کار). در مجموع این پژوهش نشان داد رویدادهای فناورانه برگزار شده به شرط تأمین کیفیت مورد نیاز روی تأسیس و رشد کسب و کارهای نوپا تأثیر گذارند.

واژگان کلیدی

رویدادهای فناورانه؛ کسب و کار نوپا؛ پژوهش کیفی؛ تأسیس؛ توسعه.

۱- مقدمه

به‌عنوان یک روش مناسب و احتمالاً بهتر از روش‌هایی مانند سرمایه‌گذاران خطرپذیر و شتاب‌دهندگان پیشنهاد شده است [۲]. همچنین برای توسعه کارآفرینی فناورانه عوامل متعددی در نظر گرفته می‌شوند که برخی از این عوامل عبارتند از دانشگاه‌ها، دولت‌ها، مشتریان و بازار، کارآفرینان، مشاوران و زیرساخت و سرمایه [۳].

در یک گام عقب‌تر، به منظور خلق کسب و کارهای نوپا و همچنین توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان، نیاز به یک محیط کارآفرینانه در منطقه فعالیت آن کسب و کار، امری بدیهی به نظر می‌رسد [۴]. عوامل مختلفی از قبیل هوش هیجانی در ایجاد و توسعه این محیط مؤثرند [۵]. بر این اساس، یک رویکرد جدید در حوزه کارایی و کارآفرینی در دنیا ایجاد شده است که همان برگزاری رویدادهای فناورانه می‌باشد. یکی از مشهورترین انواع رویدادهای فناورانه استارت‌آپ و یک‌کندا (start-up weekends)

امروزه شاهد هستیم که با گسترش فناوری‌های نوین و دسترسی عمومی به اینترنت، بنگاه‌های اقتصادی متعددی با سرمایه‌گذاری کم در حال شکل‌گیری هستند. در میان این بنگاه‌های کوچک، شرکت‌های دانش‌بنیان به‌عنوان نشانه‌ای از انقلاب صنعتی سوم روز به روز در حال افزایش هستند و صد البته برای رشد خود نیازمند دریافت حمایت‌های مختلف از منابع دولتی و خصوصی می‌باشند. در اقتصاد روز دنیا، کسب و کارهای نوپا و شرکت‌های دانش‌بنیان نقش بسیار مهمی در توسعه اقتصاد منطقه‌ای و ملی بازی می‌کنند [۱]. به‌منظور تأمین منابع مالی استارت‌آپ‌ها، روش‌های متعددی در مقالات مورد پیشنهاد قرار گرفته‌اند. در مطالعه‌ای که در هند انجام شده است، استفاده از تأمین مالی جمعی

* نویسنده مسئول

شایستگی گروهی (مانند توانمندی تیم)، تکنولوژیک (مانند استفاده از فناوری‌های بازارمحور)، محیطی و بازاریابی (مانند تناسب ایده با زیرساخت‌های فرهنگی و فنی کشور) و شایستگی فردی (مانند انگیزه و پشتکار اعضای تیم) [۱۲].

۳- روش

این پژوهش به صورت یک مطالعه با رویکرد کیفی با روش تحلیل محتوا طراحی و اجرا گردید. جامعه مورد بررسی در این پژوهش، کسب و کارهای نوپا، شرکت‌های دانش‌بنیان و واحدهای فناور مستقر در پارک علم و فناوری خراسان شمالی بود. به منظور رسیدن به نتیجه بهتر و با ثبات‌تر از واحدهایی که از مرحله پیش رشد عبور کرده و به مرحله رشد خود رسیده بودند استفاده گردید.

نمونه‌گیری مطالعه به صورت مبتنی بر هدف یا هدفمند (purposeful sampling) بود تا بیشترین اطلاعات موردنظر در اختیار قرار گیرد. نمونه‌گیری تا زمان اشباع داده‌ها ادامه پیدا کرد. روش جمع‌آوری اطلاعات، مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته بود. در مرحله اول، افراد از شرکت‌ها به صورت هدفمند انتخاب و از ایشان جهت مصاحبه در مکان آرام و خلوت و در ساعتی که از نظر کاری برای آنان مناسب بود، دعوت گردید. سپس در صورت وجود شرایط مناسب، با هدف عمق‌یافتن بیشتر یافته‌های مطرح‌شده، مصاحبه با اعضای همان شرکت در گروه‌های متمرکز ۳ تا ۵ نفره (که شامل اعضای تیم فناور و مدیران و بنیان‌گذاران شرکت بود) انجام شد. استفاده از این گروه‌ها با هدف دریافت اطلاعات مختلف و تشکیل ساختار اصلی تجربیات بود تا به غنای داده‌ها و ارتقای عمق داده‌ها در قالب محیط گروهی کمک نماید. مصاحبه‌ها به‌طور کامل ضبط گردید و از موارد مهم و کلیدی آن‌ها یادداشت‌برداری شد. هر مصاحبه بین ۲۰ تا ۳۰ دقیقه به طول انجامید. سؤالات مصاحبه به صورت باز پاسخ و براساس راهنمای مصاحبه بود. مصاحبه از مدعین همگی حول محور اصلی پژوهش بود که "آیا تاکنون در رویداد فناورانه‌ای از قبیل استارت‌آپ ویکند، ایده بازار، فیناپ و مانند آن شرکت داشته‌اید؟". در صورت پاسخ مثبت، مصاحبه عموماً با این سؤال ادامه می‌یافت که "شرکت در این رویداد چه تأثیری در تأسیس یا توسعه شرکت شما داشته است؟" و سپس با استفاده از سؤال‌هایی مانند "چه عواملی از رویداد باعث کمک به تأسیس یا رشد شرکت شما شدند؟"، جنبه‌های مختلف اثر رویداد مورد بررسی قرار گرفت. در صورت نیاز از سؤالات کاوشی (probing question) برای برطرف کردن ابهامات و عمق بخشیدن به پاسخ‌ها استفاده شد. شروع عملیات تحلیل بعد از اولین مصاحبه و شروع دسته‌بندی نتایج بعد از دومین مصاحبه بود. این کار به محققین کمک می‌کرد تا بتوانند سؤالات دیگر مورد نیاز را طراحی و بهتر مسیر مطالعه را هدایت نماید. در تحلیل محتوا از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده گردید: مفاهیم کلیدی و الگوهای پنهان از درون محتوای داده‌ها استخراج شد و همزمان جمع‌آوری

مسابقات کسب و کار آخر هفته) هستند. استارت‌آپ ویکند یک رویداد آموزشی تجربی است که شرکت‌کنندگان در این رویداد در طی ۵۴ ساعت یک ایده کارآفرینانه را عملی می‌سازند [۶]. این رویدادها در کنار برگزاری نمایشگاه‌ها، کارگاه‌ها و مراکزی مانند کافه‌های کارآفرینی با ایجاد شرایط آموزشی و انگیزشی لازم و همچنین شبکه‌سازی در شرکت‌کنندگان در صدد ارتقای وضعیت اقتصادی از طریق راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا در جامعه هستند [۷]. مطالعات موجود نشان می‌دهند ارتباط معناداری بین شبکه‌سازی و رفتار کارآفرینانه وجود دارد. همچنین در رفتار شبکه‌سازی ایجاد، استفاده و حفظ ارتباطات اثرگذارترین عوامل در بروز این رفتار بودند [۸].

در حال حاضر در کشور ما هزینه‌های زیادی برای برگزاری رویدادهای فناورانه‌ای چون استارت‌آپ ویکند، ایده‌بازارها، ایده‌شوفا و مانند آن برای تشکیل کسب و کارهای نوپا و یا فروش ایده‌های نو انجام می‌شود. گرچه ما نتوانستیم مستندی از تخمین میزان هزینه انجام‌شده در این رابطه پیدا کنیم، با توجه به هزینه‌های قابل توجه برگزاری چنین رویدادهایی، به نظر می‌رسد لازم است پژوهش‌هایی درخصوص هزینه-اثربخشی برگزاری این رویدادها و نحوه بهینه‌سازی آن انجام گیرد. لذا به نظر می‌رسد یکی از گام‌های مهم در جهت بهینه‌سازی برگزاری چنین رویدادهایی شناسایی عواملی است که بتوانند موفقیت و شکست این رویدادها را نشان دهند. نتایج این بررسی به تصمیم‌گیران کمک خواهد نمود تا در صورت موفقیت برگزاری رویدادها، ضمن اصلاح اشکالات روش، به مسیر خود ادامه دهند و در صورت نقص در نتایج به‌دست آمده، اصلاحات اساسی در آن اعمال گردد. بر این اساس در این پژوهش بر آن شدیم طی یک طرح کیفی به صورت پدیدار شناسایی بی‌واسطه، نظرات برخی از مؤسسين شرکت‌های فناور استان خراسان شمالی را درخصوص رویدادهای فناورانه و تأثیر آن روی شکل‌گیری و توسعه شرکت‌های خود جویا شویم.

۴- پیشینه تحقیق

در مطالعه‌ای که در سال ۲۰۱۳ منتشر شد، تأثیر آموزش، الهام مفاهیم و وجود منابع بر اهداف کارآفرینانه دانشجویان علوم و مهندسی بررسی شد. نتایج مطالعه نشان داد که آموزش مباحث کارآفرینانه باعث بهبود نسبی نگرش و اهداف کارآفرینانه می‌گردد. همچنین الهام‌پذیری از مباحث مذکور (برقراری ارتباطات عاطفی) به‌عنوان بارزترین پاسخ از این آموزش‌ها بود [۹]. از این‌رو بیان شده است که دانشگاه‌ها به‌عنوان متولیان اصلی پژوهش و آموزش در سطوح عالی، لازم است با آموزش کارآفرینی و بهینه‌سازی نحوه تعاملات خود با صنعت، در این راستا گام‌های مهمی بردارد [۱۰]. در مطالعه‌ای که توسط ندافی و احمدوند انجام شد، نشان داده شد که تیم کاری، سرعت عمل آن و خود ایده در کنار حمایت‌ها، فرهنگ‌سازی و امنیت سرمایه‌گذاری از عوامل مهم در توسعه کسب و کارهای نوپا است [۱۱]. عوامل تأثیرگذار در رشد و ارتقاء استارت‌آپ‌ها در یک گزارش موجود به پنج دسته تقسیم می‌شوند: سازمانی (مانند داشتن طرح کسب و کار)،

"بعد از پایان رویداد از طرف تیم برگزارکننده رویداد با ما تماس گرفته شد و از حال و احوال تیم بعد از رویداد پرس و جو شد. با ما قرار ملاقاتی ترتیب دادند که در این قرار تصمیم گرفتیم وارد مرکز رشد شده و ادامه فعالیت رویداد زیر نظر مرکز رشد انجام گیرد. حدود دو هفته بعد از تکمیل فرم‌ها، وارد مرکز رشد شدیم و با استفاده از خدمات آنها شرکت خود را ثبت کردیم و به مرحله ثبت رسیدیم."

موضوع دیگر مطرح شده در بیانات افراد شرکت‌کننده در مصاحبه، میزان انگیزش افراد در راه‌اندازی کسب و کار می‌باشد. انگیزه فردی اولین عامل در تصمیم به تأسیس یک شرکت است، لیکن در مراحل بعدی توسعه کسب و کار نیاز به تقویت دارد. از این رو رویدادهای فناورانه‌ای مانند فن بازارها یا رویدادهای انتقال تجربه که باعث افزایش میزان انگیزه و پشتکار افراد می‌شوند می‌توانند با بهبود عواملی مانند تغییرپذیری، ریسک‌پذیری و چالش‌طلبی به پرورش افراد کارآفرین کمک کنند. در واقع شرکت‌کنندگان به لزوم تزریق مرتب انگیزه در شرکت‌کنندگان تا زمان ورود محصول به بازار تأکید داشتند. در رابطه با موضوع مطرح شده یکی از افراد حاضر در مصاحبه چنین بیان می‌کند:

"ما با شنیدن تجارب کارآفرینان، شکست‌ها و موفقیت‌ها و فواید تغییر در زندگی توانستیم خود را تغییر بدهیم. ما اولین بار با شرکت در تدکس امید مشهد و شنیدن موفقیت‌ها و تجارب تغییر در زندگی فهمیدیم که باید تغییری ایجاد کنیم و در ادامه با رویدادهای مختلف و دوره‌های پارک توانستیم ایده خود را پر و بال بدهیم و یاد گرفتیم از شکست نترسیم و از زمین خوردن‌ها درس بگیریم و راه خودمان را ادامه بدهیم."

شبکه‌سازی و ارتباطات توسعه‌ای از مواردی است که در طی مصاحبه‌های انجام شده، توسط شرکت‌کنندگان بدان پرداخته شده است. شبکه‌سازی یک فعالیت کلیدی در توسعه کسب و کار است و برگزارکنندگان رویدادها همواره باید تقویت این موضوع را در سرلوحه اهداف خود قرار دهند. بسیاری از شرکت‌ها و کسب و کارهای نوپا برای رشد و تداوم خود از رویدادها و نمایشگاه‌ها برای شبکه‌سازی و برقراری ارتباطات استفاده می‌کنند. یکی از مهم‌ترین عوامل رشد کسب و کارها، مهارت برقراری همین نوع ارتباطات و توسعه آن است. یکی از مؤسسان شرکت‌کننده در مصاحبه این چنین بیان می‌کنند:

"شرکت کردن استارت‌آپ ما در نمایشگاه‌های کشوری و بین‌المللی بیشتر با هدف توسعه ارتباطات بوده تا بتواند دستاوردی برای ما ایجاد کند و شرکای تجاری خودش را پیدا کند و سرویس‌های جدید را از طریق مذاکراتی که در نمایشگاه‌ها اتفاق می‌افتد ارائه دهد."

تکمیل تیم اولیه نیز از نکات مهمی بودند که بیانگر نحوه اثرگذاری رویداد روی تکمیل و توسعه کسب و کار بود. هر کسب و کاری از یک تیم اولیه شروع می‌شود که با رشد ایده اولیه و به دنبال آن رشد کسب و کار، نیاز به تکمیل تیم و ورود متخصصانی از زمینه‌های کاری متفاوت در تیم احساس می‌شود. ورود همکاری از تخصص‌های مورد نیاز به هسته اصلی کسب و کار باعث تقویت تیم و رشد سریع‌تر آن می‌شود. در یکی از مصاحبه‌ها چنین بیان شد:

و تحلیل داده‌ها انجام گردید. به این منظور کدهای اولیه از واحدهای معنایی استخراج و سپس کدها براساس شباهت و تفاوت به زیر طبقه‌ها و زیر طبقه‌ها به طبقات انتزاعی و مفاهیم کلیدی تقسیم شدند. این طبقه‌ها و زیر طبقه‌ها ثابت نبودند و در هر مصاحبه امکان بازنگری طبقه‌های قبلی، ادغام و یا اضافه کردن طبقه جدیدی وجود داشت. سپس تم‌های اصلی مطالعه استخراج و ارتباط بین طبقه‌ها مشخص گردید [۱۵-۱۱].

۴- نتایج

با توجه به نتایج به دست آمده از مصاحبه‌ها، به نظر می‌رسد شرکت در رویدادهای فناورانه تأثیر مثبتی بر تأسیس و همچنین توسعه کسب و کارهای نوپا و شرکت‌های دانش‌بنیان در استان خراسان شمالی گذاشته است. به منظور مطالعه عوامل مؤثر بر رشد یا توسعه کسب و کار، از مجموع ۸ مصاحبه انجام گرفته شده ۵ تم استخراج گردید که هر یک، زیر تم‌های متعددی را به خود اختصاص دادند. این تم‌ها شامل کیفیت برگزاری رویدادهای فناورانه، پیگیری افراد برگزارکننده رویداد، انگیزش شرکت‌کنندگان، ارتباطات توسعه‌ای و تکمیل تیم اولیه می‌شد.

یکی از مهم‌ترین مواردی که در بیانات افراد شرکت‌کننده در مصاحبه مورد تأکید قرار گرفت، کیفیت برگزاری رویداد و نحوه اجرای رویداد بود. مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند که در هنگام برگزاری رویدادها، مجموعه‌ای از متخصصان کسب و کار و افراد با تجربه باید حضور داشته باشند. حضور افرادی از تخصص‌هایی مانند طراحی مدل کسب و کار، بازاریابی و تحقیق و توسعه و به خصوص در دسترس بودن افراد صاحب‌نام در زمینه‌های مختلف کارآفرینی و کسب و کار می‌تواند کمک شایانی به پیشرفت کار و به ثمر نشستن یک شرکت کند. منتورهای به روز و با مهارت تعاملات مناسب با شرکت‌کنندگان، یکی از کلیدی‌ترین نقاط موفقیت چنین رویدادهای هستند. در این خصوص یکی از بنیان‌گذاران شرکت استارت‌آپی چنین بیان می‌کند:

"وقتی در استارت‌آپ ویکندها عملکرد تیم برگزارکننده ضعیف باشد، آموزش‌های نو و لازم داده نشود، منتورها دارای تخصص کافی برای بیان نقاط ضعف و قوت تیم‌ها نداشته باشند، تیم‌ها بعد از اتمام رویداد بهترین ایده‌های خود را رها می‌کنند. من خودم در رویدادهایی شرکت کرده‌ام که چندین سال است که مدرسان از همان مطالب قدیمی خود بدون اندکی نوآوری و خلاقیت استفاده می‌کنند."

پیگیری مجموعه برگزارکننده رویداد بعد از پایان رویداد یکی دیگر از تم‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها بود. مصاحبه‌کنندگان بیان می‌داشتند که بعد از اتمام رویداد، تیم‌های شرکت‌کننده در رویداد باید به نحوی پیگیری شوند تا ایده‌های شکل گرفته تقویت شده و پیاده‌سازی شوند. برای مثال به ایده‌های برتر کمک شود که جذب پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و یا شتاب‌دهنده‌ها بشوند تا بتوانند رشد کنند. در باب این موضوع، اعضای یکی از تیم‌های مستقر در پارک علم و فناوری چنین بیان می‌کند:

برگزار می‌شوند و جلسات یادآوری یا پیگیری ندارند [۱۹]. لذا عدم پیگیری مناسب خروجی‌های رویداد باعث فراموشی برون‌دادهای تحلیل تدریجی انگیزه‌ها و در نتیجه به ثمر نرسیدن ایده‌های شکل گرفته یا شکست خوردن توافقی‌های به‌وجود آمده و به عبارت کامل‌تر به نتیجه نرسیدن هدف واقعی رویداد می‌شود. یکی از بهترین روش‌های پیگیری یک رویداد، معرفی هسته‌های فناورانه تولیدشده به پارک‌های علم و فناوری است. پارک‌های علم و فناوری با تشویق و ارتقای فرهنگ نوآوری و همچنین از طریق افزایش قدرت رقابت شرکت‌ها باعث افزایش ثروت در جامعه می‌شوند. این پارک‌ها همچنین با شبکه‌سازی، پشتیبانی مادی و معنوی از کسب و کارهای جدید و برقراری ارتباطات با مراکز دانشگاهی به دنبال حمایت‌های ویژه از شرکت‌های مستقر در خود هستند. مراکز رشد یکی از زیرمجموعه‌های این پارک‌ها هستند و در جهت شکل‌گیری و تجاری‌سازی ایده‌های خلاق و نوآور گام بر می‌دارند [۲۰، ۲۱].

نتایج مطالعه ما نشان داد که رویدادهای انگیزشی با افزایش میزان انگیزه و پشتکار افراد می‌توانند ارتباط مستقیمی با بهبود کسب و کار و موفقیت یا شکست‌شان داشته باشند. اصولاً یکی از دلایل رقابت‌پذیری پایین در اقتصاد کشورها مشکل پایین بودن شاخص انگیزش کارآفرینی در جامعه است. با توجه به پیچیدگی بالای این شاخص، بررسی روش‌های بهبود انگیزش کار پرچالشی است [۲۲]. علیهذا کاملاً مشخص است که رویدادی موفق است که بتواند در شرکت‌کنندگان ایجاد انگیزش نماید.

در مطالعه ما، شبکه‌سازی و برقراری ارتباطات یکی دیگر از عوامل مهم در موفقیت یک رویداد شمرده شد. توسعه مهارت‌های فردی یکی از فعالیت‌هایی است که لازم است به‌طور دائمی در زندگی مورد توجه قرار گیرد. به‌طور خاص صاحبان کسب و کارها برای رشد کسب و کار خود باید همواره به دنبال توسعه شبکه‌سازی باشند. به‌منظور کسب دانش از محیط خارجی در یک استارت‌آپ نوپا، ایجاد و مدیریت ارتباطات (شبکه‌سازی) یک گام اساسی به‌شمار می‌رود. در واقع به منظور پرکردن شکاف‌های دانشی، شبکه‌ها و اتحادهای راهبردی احتمالاً مهم‌ترین راهکار [۲۳]. رویدادی که بتواند از طریق افزایش ارتباطات و تعاملات ایجاد ارزش افزوده نماید، می‌تواند به‌عنوان یک رویداد موفق در نظر گرفته شود [۲۴]. در سال‌های اخیر با توسعه کسب و کارهای هوشمند، فرصت‌های فراوان داخلی و خارجی ایجاد شده است که در صورت ایجاد مهارت‌های ارتباطی صحیح امکان بهره‌مندشدن حداکثری از این کسب و کارها فراهم می‌شود. رویدادهایی از قبیل اینوتکس و الکامپ از جمله رویدادهایی هستند که به برقراری ارتباطات توسعه‌ای کمک می‌کنند.

یکی دیگر از نتایج این مطالعه نقش رویدادها در تقویت تیم اولیه بود. نشان داده شده است که تیم مؤسس یک کسب و کار وقتی ترکیبی از افراد دانشگاهی و غیردانشگاهی باشد موفق‌تر است [۲۵]. سایر عواملی که بر موفقیت این تیم می‌توانند تأثیرگذار باشند عبارتند از اندازه تیم، روابط اجتماعی بین اعضا [۲۶]، تنوع اطلاعاتی [۲۷] و زمینه قبلی اعضای تیم [۲۸].

"نزدیک به ۵۰ درصد اعضای فعلی ما همان بنیان‌گذاران ما هستند که از اول در کنار هم بودیم. این کنار هم‌بودن بخاطر اتفاق نظر و انگیزه مشترکی بوده که داریم و باقی هم تیمی‌های فعلی افراد منتخب در رویدادها بوده که براساس مهارت و علاقه‌ای که داشتند به تیم ما اضافه شدند."

۵- بحث و نتیجه‌گیری

امروزه رویدادهای متفاوتی در کشور و سراسر دنیا به منظور تأسیس یا توسعه کسب و کارها و به ویژه کسب و کارهای نوپا انجام می‌شود. این رویدادها، کاربردهای متفاوتی دارند و برگزارکنندگان باید با توجه به نتیجه‌ای که از برگزاری رویداد در ذهن دارند و نیاز مخاطبان، بهترین رویداد را برای برگزاری انتخاب کنند. به این ترتیب انرژی، زمان و سرمایه‌ای که صرف می‌کنند بیشترین و بهترین نتیجه را در بر خواهد داشت. آنچه در این تحقیق به دنبال آن بودیم بررسی عوامل مؤثر بر کارایی رویدادها در ایجاد و رشد کسب و کارهای نوپا بود. نتایج بررسی ما نشان داد که عواملی چون کیفیت برگزاری رویدادها، پیگیری افراد برگزارکننده رویداد، انگیزه افراد دارای کسب و کارهای نوپا، ارتباطات توسعه‌ای و تکمیل تیم اولیه از تم‌های اصلی استخراج‌شده در اثرگذاری شرکت در رویدادهای فناورانه می‌باشد.

بر طبق نتایج این پژوهش، کیفیت برگزاری رویدادها یکی از عوامل مهم در موفقیت آن رویداد از نظر شرکت‌کنندگان بود. برگزاری رویدادهای فناورانه با کیفیت بالا کمک شایانی برای ایجاد ایده‌ها، پرورش چشم‌انداز، ایجاد آگاهی و آموزش و همچنین تقویت روابط با مشتریان فعلی، رسانه‌ها و بازار می‌کند. این در حالی است که در برخی موارد، رویدادهای فناورانه به جای افزایش کیفیت، صرفاً به اطلاع‌رسانی در حوزه‌های مختلف اقدام می‌کنند و به این ترتیب قادر به ایجاد ارزش افزوده مناسب نمی‌باشند [۱۶]. ایجاد یک ساختار منسجم و هدفمند در برگزاری رویداد یکی از کلیدی‌ترین نقاط برای خدمت‌گیرندگان آن رویداد است [۱۷]. برگزاری رویداد نیاز به راهبرد دقیق و با جزئیات زیادی دارد که مستلزم به‌کارگیری افراد باتجربه و متخصص برای انتقال دانش و تجربیات ایشان است. عدم توجه به نحوه و کیفیت برگزاری می‌تواند از رشد و شکوفایی تیم‌های شرکت‌کننده در رویداد بکاهد و آنها را از انگیزه خود دور کند و در نتیجه باعث کاهش کارایی رویداد گردد. فراموش نکنیم که این رویدادها قادرند انواع متمایزی از یادگیری هم برای فرد و هم برای کسب و کار او ایجاد کنند [۱۸] مشروط بر آن که بتوانند کیفیت مناسبی از آموزش را ارائه دهند.

یکی از دغدغه‌های شرکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها پیگیری‌های بعدی برگزارکنندگان رویدادها بود. با پایان رویداد، کار تیم‌ها به پایان نمی‌رسد و در حقیقت بعد از رویداد، تازه کارها تیم‌ها شروع می‌شود. لذا نیاز به کمک‌های بعدی از سوی برگزارکنندگان رویدادهای فناورانه در جهت تأسیس و گسترش فعالیت‌های شرکت‌ها ضروری است. فراموش نکنیم که بیشتر رویدادهای فناورانه موجود در طول یک بازه زمانی یک یا چند روزه

- 11- Nadafi, R. and M. Ahmadvand, Identification and prioritization of development factors of startups using Q methodology. *Journal of Entrepreneurship Development*, 2017. 10(3):p. 517-534.
- 12- Moghadam, S.S. and H. Farsijani, Identifying factors affecting the promotion and growth of startups. *Journal of New research approaches in management and accounting*, 2022. 6(84): p. 2234-2249.
- 13- Graneheim, U.H. and B. Lundman, Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse education today*, 2004. 24(2): p. 105-112.
- 14- Zhang, Y. and B. Wildemuth, Thematic content analysis, in Applications of social research methods to questions in information and library science, B. Wildemuth, Editor. 2009, Libraries Unlimited. p. 308-319.
- 15- Hsieh, H.-F. and S.E. Shannon, Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative health research*, 2005. 15(9): p. 1277-1288.
- 16- Tabatabaei, A.A., Identifying and Ranking the National Technology Exchange System (Technomart) Development Barriers in Iran. *Journal of*, 2010. 3(1).
- 17- Khodadad Hosseini, S.H. and S. Roohollah, Techno-mart, the last chain of management system and technology transactions: designing a national level model. *Transformational Management Journal*, 2009. 1(1): p. 131-155.
- 18- Cope, J., Entrepreneurial learning and critical reflection: Discontinuous events as triggers for 'higher-level' learning. *Management learning*, 2003. 34(4): p. 429-450.
- 19- McPhee, C., Editorial: Innovation and Entrepreneurship. *Technology Innovation Management Review*, 2014. 4(12): p. 3-5.
- 20- Nasr, A. and H. Haji Hoseini, Science and technology parks (STPS) roles in innovation and technology development. *Rahyaft*, 2017. 27(65): p. 37-49.
- 21- Khanmirzaee, S., M. Jafari, and P. Akhavan, A study on the role of science and technology parks in development of knowledge-based economy. *World journal of entrepreneurship, management and sustainable development*, 2018.
- 22- Maleki, B., et al., Entrepreneurship Motivation Index Development in Iran's Entrepreneurial Ecosystem via System Dynamics Approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 2020. 12(4): p. 601-620.
- 23- Sakhdari, K., Networking capabilities and corporate entrepreneurial performance: Explaining the role of organizational strategic orientation (Case study: Iranian suppliers of products and services to the mining section). *Journal of entrepreneurship development*, 2015. 8(1): p. 159-174.
- 24- Harrington, K., Entrepreneurial ecosystem momentum and maturity the important role of entrepreneur development organizations and their activities. Available at SSRN 3030886, 2017.
- 25- Visintin, F. and D. Pittino, Founding team composition and early performance of university—Based spin-off companies. *Technovation*, 2014. 34(1): p. 31-43.
- 26- Backes-Gellner, U., A. Werner, and A. Mohnen, Effort provision in entrepreneurial teams: effects of team size, free-riding and peer pressure. *Journal of Business Economics*, 2015. 85(3): p. 205-230.
- 27- Kristinsson, K., M. Candi, and R.J. Sæmundsson, The relationship between founder team diversity and innovation performance: The moderating role of causation logic. *Long Range Planning*, 2016. 49(4): p. 464-476.
- 28- Garrone, P., L. Grilli, and B. Mrkajic, Human capital of entrepreneurial teams in nascent high-tech sectors: a comparison between Cleantech and Internet. *Technology Analysis & Strategic Management*, 2018. 30(1): p. 84-97.

رویدادی موفق است که بتواند نقائص تیم اولیه را برطرف کند و یک هسته مناسب برای کسب و کار موردنظر فراهم آورد و از این‌رو برگزارکنندگان رویدادهای فناورانه باید به دنبال معرفی حلقه‌های تکمیل‌کننده‌های تیم‌های اولیه و پرکردن خلأهای مدیریتی یا اجرایی در این تیم‌ها باشند.

مطالعه حاضر نشان داد از دیدگاه صاحبان کسب و کارهای نوپا، شرکت در رویدادهای فناورانه به‌عنوان یک روش مهم برای ایجاد کسب و کار یا پرورش آن به‌شمار می‌رود. در عین حال نکات مهمی پیش و در حین اجرای رویداد باید مورد توجه برگزارکنندگان رویداد قرار گیرد تا در عین تأمین اهداف برگزارکنندگان، از منابع موجود نیز بتوان حداکثر استفاده را برد.

۴- تقدیر و تشکر

نویسندگان مقاله از سرکار خانم دکتر زهره عباسی (گروه مامایی، دانشکده پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی، بجنورد، ایران) به خاطر راهنمایی‌های ایشان در طراحی نحوه انجام مصاحبه کمال تشکر را دارند. این مقاله حاصل طرح پژوهشی به شماره ۹۸۰۰۹۳ است که با کد اخلاق IR.NKUMS.REC.1399.080 به تأیید کمیته اخلاق در پژوهش‌های پزشکی دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی رسیده است.

۷- مراجع

- 1- Tari, G. and H. Porhelm, Structural Model of Factors Affecting Survival and Growth of Startups in Iran. *Journal of Executive Management*, 2020. 12(23): p. 315-341.
- 2- Joshi, K. and C. Parmar, Funding Start-up in India: Opportunity, Challenges and New Solutions.
- 3- Ramezani-poor Nargesi, G., S. Ramezani-poor Nargesi, and A. GHaffari, The key elements affecting technology entrepreneurship in knowledge based companies based in science and technology parks of Iran. *Journal of Entrepreneurship Development*, 2011: (4)8.6 p. 749-766.
- 4- Sedláček, P. and V. Sterk, The growth potential of startups over the business cycle. *American Economic Review*, 2017. 107(10): p. 3182-3210.
- 5- A, M., The relationship between emotional intelligence and employees the in entrepreneurship organizational of special economic zone of Amir Abad. *Maritime Transport Industry*, 2017. 3(4): p. 69-74.
- 6- Silveira, A., F. Santino, and H. Olivense, Entrepreneurial intention of the participants of the startup weekend: Longitudinal analysis. *International Journal of Advances in Management and Economics*, 2017. 6(1): p. 90-102.
- 7- Salamzadeh, A. and H.K. Kesim, The enterprising communities and startup ecosystem in Iran. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 2017.
- 8- Neghabi, S., et al., Explanation of role of networking behavior in entrepreneurship behavior (case study: companies based in science and technology parks). *Journal of Entrepreneurship Development*, 2012. 5(1): p. 25-43.
- 9- Ganco, M., Cutting the Gordian knot: The effect of knowledge complexity on employee mobility and entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 2013. 34(6): p. 666-686.
- 10- Talebi, K. and M.R. Zare Yekta, Education of academic entrepreneurship and its role in generation and development of SMEs. *Journal of Entrepreneurship Development*, 2008. 1(1): p. 111-131.