

واکاوی عوامل موفقیت شتاب‌دهنده‌های استارت‌آپی حوزه دیجیتال در دوران پساکرونا

میثم علیخانی
دانشگاه سیستان و بلوچستان، سیستان و بلوچستان، ایران
velayat100kar@yahoo.com

فاطمه کاظمی اسکری
دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران
f.kazemi8301@yahoo.com

مهدی حسین پور*
دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران
M.hosseinpour@razi.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۱۴

تاریخ اصلاحات: ۱۴۰۱/۱۱/۳۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۰۴

چکیده

هدف از پژوهش حاضر واکاوی عوامل موفقیت شتاب‌دهنده‌های استارت‌آپی حوزه دیجیتال در دوران پساکرونا می‌باشد. این پژوهش از نظر هدف، در حوزه پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد و از آنجا که به توصیف متغیرها و روابط بین آنها، شناخت وضعیت موجود و در نهایت ارائه الگو می‌پردازد، از لحاظ روش توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگان مرتبط با شتاب‌دهنده‌های استارت‌آپی حوزه دیجیتال در دوران پساکرونا می‌باشند که به منظور رسیدن به اشباع نظری تعداد ۲۵ نفر با روش گلوله برفی عنوان نمونه انتخاب شدند و اطلاعات موردنیاز جمع‌آوری گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی و استخراج عوامل تأثیرگذار بر موفقیت شتاب‌دهنده‌های استارت‌آپی حوزه دیجیتال و عوامل تأثیرپذیر از آن، از روش تحلیل مضمون (تحلیل تم) استفاده شد. برای شناسایی روابط بین متغیرها، از مدل‌سازی ساختاری-تفسیری استفاده شده است. یافته‌های پژوهش شامل تشریح الگوی موفقیت شتاب‌دهنده‌های استارت‌آپی حوزه دیجیتال و تحلیل نتایج نفوذ همبستگی است. با بررسی نتایج به دست آمده از نوزده عامل اصلی چابکی شناسایی شده مشخص شد که انعطاف‌پذیری ساختار سازمانی و تحلیل داده‌ها، دارای بیشترین قدرت نفوذ و توانایی پاسخ به مسائل محیطی و توانایی تغییر اهداف کسب‌وکار، دارای بیشترین وابستگی می‌باشند.

واژگان کلیدی

شتاب‌دهنده؛ استارت‌آپ؛ دیجیتال؛ پسا کرونا.

۱- مقدمه

اقتصاد عبارت از تولید است؛ یعنی آن چیزی که می‌تواند ویروس‌های مهاجم و میکروب‌های مهاجم به اقتصاد را خنثی بکند و آن را سالم نگه دارد تولید در کشور است. اگر ما همواره تولید خوب و مناسب و شایسته و رو به رشد در کشور داشته باشیم، در مقابل این ویروس‌هایی که طبیعتاً وجود دارند می‌توانیم مقاومت بکنیم [۱].

آموزش عالی و آموزش و پرورش عملاً در بعد آموزش‌های نظری تعطیل شده اما بلافاصله ظهور و بروز استارت‌آپ‌های حوزه آموزش و تولید محتوا توانستند این بار سنگین را با کیفیت مناسب به دوش بکشند تا وقفه‌ای در امر آموزش، پژوهش و تحصیل به وجود نیاید؛ این نشان می‌دهد که استارت‌آپ‌ها در برهه‌های گوناگون چقدر خوب می‌توانند با شرایط جامعه خودشان را وفق بدهند و کمک حال بخش‌های مختلف کشور باشند [۲]. استارت‌آپ‌های حوزه دارو و تجهیزات پزشکی و شرکت‌های دانش‌بنیان که در این حوزه فعال هستند روی خوش این سکه بودند به این معنا که ما در زمینه دارو، ماسک، محصولات ونتیلاتور با کمک همین کسب و کارهای نوپا استارت‌آپی و دانش‌بنیان در این عرصه سربلند بیرون آمدیم و کشور از ظرفیت اینها حداکثر بهره‌برداری را کرد [۲]. همچنین کسب و کارهای استارت‌آپی تجارت الکترونیک و بازار

شیوع ویروس کرونا و اپیدمی گسترده آن در دنیا و به تبع آن در کشور ایران، بازار جدید، بکر و نهفته‌ای را پیش روی برخی استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوپا و خدماتی کشور باز کرده و برخی دیگر را تحت تأثیر منفی قرار داده است. با توجه به گزارش معاونت علم و فناوری ریاست‌جمهوری هم اکنون ۷ هزار استارت‌آپ ذیل شتاب‌دهنده‌ها و کارخانه‌های نوآوری فعال هستند، از این جامعه هفت هزار استارت‌آپی حوزه‌های تولید محتوا، آموزش، توزیع دیجیتال اقلام و تجارت الکترونیک رشد‌های چندصد درصدی را کسب کرده‌اند و توانستند بار زیادی از فعالیت‌های روزمره مردم را در این شرایط سخت به دوش بکشند.

تولید را می‌توان به سیستم ایمنی و دفاعی بدن تشبیه کرد؛ این روزها که مسأله‌ی کرونا هم مطرح است، نقش سیستم دفاعی بدن در مواجهه‌ی با ویروس‌ها، با میکروب‌ها و مهاجم‌های ضدسلامت نقش خیلی مهمی است. همین ویروس کرونا بلاشک وارد خیلی از بدن‌ها شد، لکن آنها مریض نشدند؛ چرا؟ به خاطر اینکه یک سیستم دفاعی سالم خوبی داشتند که توانست دفاع کند و امنیت بدن را تأمین بکند. اگر ما در اقتصاد کشور، اقتصاد را به یک بدن انسان تشبیه بکنیم، سیستم دفاعی و امنیت‌بخش

* نویسنده مسئول

متمرکز شده‌اند. تعریف اول از پاولگراهام: استارت‌آپ شرکتی است که ساخته شده تا به سرعت رشد کند.

تعریف دوم از استیو بلنک، بزرگ‌ترین متفکر حوزه استارت‌آپ: استارت‌آپ نهادی است انسانی که ساخته شده برای خلق محصول یا خدمتی نو در شرایط عدم قطعیت بسیار. در تعریف دیگری از او، استارت‌آپ سازمانی است موقتی که در جستجوی مدل کسب و کاری گسترش‌پذیر، تکرارپذیر و سود ده است.

تعریف سوم از استرووالدر: او مدل کسب و کار خود را به نام بوم کسب و کار معرفی می‌کند که بر مبنای آن هر کسب و کار کوچک و بزرگی به‌طور کاربردی ایجاد شده و توسعه می‌یابد و باعث ایجاد ارزش می‌گردد. نکته اینکه گسترش‌پذیری بودن استارت‌آپ‌ها به عواملی مانند گستره چشم‌انداز کارآفرینان - هدف تخصصی پایه‌گذاران - اندازه بازار هدف - تیم پایه‌گذار و کارمندان در کلاس جهانی، بستگی دارد.

کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ) سامانه‌ای برای ساخت یک کسب و کار یا محصول، در مؤثرترین راه ممکن برای کاهش ریسک شکست است. در این رویکرد برای راه‌اندازی کسب و کار به واسطه آزمایش، باید محصولات ناشی از کسب و کار نوپا به سرعت در بازار اعتبارسنجی شوند. این رویکرد بر آزمایش علمی، ارائه تکرارشدنی محصول و بازخورد مشتریان استوار است تا محصول صحیح به دست بیاید [۴].

یکی از راهکارهای فائق‌آمدن بر چالش‌های توسعه کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ) ایجاد مراکزی است که از راه‌اندازی کسب و کارها حمایت می‌کنند. در این، راستا، در کشورهای مختلف جهان و نیز ایران راهکارهایی مانند شتاب‌دهنده‌ها مطرح شد. یکی از مؤثرترین، مراکزی که توانست بسیاری از ناکارآمدی‌های موجود را برطرف سازد شتاب‌دهنده‌ها بودند، شتاب‌دهنده‌ها مراکزی هستند شامل تیمی از کارشناسان و خبرگان کسب و کارهای نوپا که در صورت ضرورت خدمات، فضای دفتری، راهنمایی، شبکه سازی و دانش و تخصص را عرضه می‌کنند تا کسب و کارهای نوپا بتوانند در ابتدای کار موفق باشند [۴].

استارت‌آپ‌ها نوپا هستند و در نتیجه بسیاری از آنها اهداف بلندمدت و مشخص ندارند و ساختارها و فرایندهای رسمی کمتری دارند. در نتیجه، انتظار می‌رود نحوه ایجاد و اداره استارت‌آپ‌ها بسیار مستقیم‌تر و شدیدتر تحت تأثیر ویژگی‌های شناختی فرد یا تیم کارآفرین یا مدیریتی آنها باشد. راه‌اندازی استارت‌آپ‌ها شامل سه مرحله از فعالیت‌هایی است که انجام می‌گیرند تا تمایل و آمادگی‌های لازم را برای ایجاد کسب و کار جدید فراهم آورند؛ یعنی ایجاد کسب و کار جدید و فعالیت‌هایی که در چند سال نخست در توسعه کسب و کار جدید انجام می‌گیرند تا کسب و کار وارد مرحله رشد یا بلوغ شود [۴].

عوامل تأثیرگذار بر استارت‌آپ‌ها طی پژوهشی شامل بازاریابی (تبلیغات، بازاریابی، شبکه‌ها، همکاری و تنوع)، مدیریت (محل کسب و

دیجیتال توانستند مسئولیت خوبی را به عهده بگیرند؛ این حوزه رشد ۳۰۰ درصدی داشته است. همچنین استارت‌آپ‌های حوزه فین تک و تراکنش‌های مالی خیلی خوب و قوی بار سرویس‌دهی شبکه بانکی را در فضای مجازی توانستند برعهده گیرند [۳]. اما بخشی از عناصر فعال در اکوسیستم استارت‌آپی کشور هم این روزها طبیعتاً روزهای سختی را طی کرده‌اند که آن هم در حوزه گردشگری و صنعت توریسم، بوم‌گردی، رزرو و فروش بلیط قطار، هواپیما، اتوبوس است که به واسطه افت شدید و کاهش معنی‌دار سفرهای مردمی دچار ضربه شدند. این استارت‌آپ‌های متضرر به نوعی به سمت تغییر راهبرد می‌اندیشند و به فکر تورهای مجازی و سرویس‌های هوشمند و هدفمند هستند. این استارت‌آپ‌ها بار خدمت‌رسانی به مردم را هموار می‌کنند و می‌توانند در حوزه‌های فناوری‌محور خوش بدرخشند. همچنین استارت‌آپ‌ها و محققان در شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه تولید دارو، ساخت واکسن و ویژه کرونا و ... فعالیت و ایده‌پردازی می‌کنند که امید است به مرحله استفاده از ظرفیت‌های بالقوه برسند. مجموعاً جامعه استارت‌آپی عمدتاً رشد داشتند و این رشد در تنوع به توسعه کسب و کار آنها قابل مشاهده است. تا پایان همه‌گیری ویروس کرونا، استارت‌آپ‌ها باید به صورت متمرکز به دنبال راهی برای بقا باشند. پاندمیک کرونا، با بحران مالی سال ۲۰۰۸ بسیار متفاوت است. همه شرکت‌ها در این مدت، با ضرر مواجه نیستند، به طوری که ارزش برخی از شرکت‌ها در بورس سهام افزایش می‌یابد و برخی از مشاغل حتی با تقاضای بیشتری نسبت به آنچه که برای آن آمادگی داشتند، مواجه شدند و حتی برخی از شرکت‌ها نیروهای جدید هم استخدام می‌کنند. در مقابل، بسیاری از مشاغل نمی‌توانند از کانال‌های سنتی عرضه و توزیع خود استفاده کنند و به‌طور موقت تعطیل شده یا با کاهش تقاضا روبرو شدند. استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های کوچک حوزه فناوری سال‌هاست که منبعی عظیم از فناوری‌های نوپهور و نیروهای با مهارت برای شرکت‌های بزرگ‌تر بوده‌اند. علاوه بر این سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ همواره خریداری استارت‌آپ‌ها را به‌عنوان راهکاری برای تحقیق و توسعه بخش آی‌تی خود قلمداد می‌کرده‌اند و حالا با اخراج‌های گسترده در این صنعت معلوم نیست چه روزهایی برای این شرکت‌ها در پیش است. در این مقاله برای نیل به این هدف ابتدا با بررسی ادبیات پژوهش و مصاحبه با خبرگان حوزه استارت‌آپ‌ها مؤلفه موفقیت شتاب‌دهنده‌های استارت‌آپی حوزه دیجیتال در دوران پساکرونا شناسایی خواهند شد و سپس به تدوین الگو خواهیم پرداخت؛ بنابراین سؤال اصلی پژوهش چنین است که عوامل موفقیت شتاب‌دهنده‌های استارت‌آپی حوزه دیجیتال در دوران پساکرونا چه می‌باشد؟

۲- ادبیات و پیشینه پژوهش

در اینجا سه تعریف از استارت‌آپ ارائه می‌شود، سه تعریف از سه متفکر استارت‌آپ که هر یک با رویکرد خاصی به فرایند استارت‌آپ‌ها

موفقیت در شرکت‌های نوپا باشد [۹]. محققان نشان داده‌اند که موفقیت کسب و کارهای نوپا، توسط نیروهای نوآورانه سازمانی با قدرت نوآوری صاحبان آن تعیین می‌شود. تجزیه و تحلیل راهبردهای رقابتی سرسخت [۹] و استفاده از یک سازمان و داشتن یک طرح کسب و کار کامل، استفاده از یک نوآوری به‌عنوان ایده کسب و کار نوپا، عضویت در شبکه‌های اجتماعی متنوع، داشتن یک گروه مشاوران بیرونی و بازاریابی فعال [۹]، همگی از عوامل موفقیت کسب و کارهای نوپا در قالب رویکرد سازمانی هستند. در تحقیقی با عنوان عوامل مؤثر بر چرخه حیات کسب و کارهای نوپا نتایج زیر به دست آمده است. عواملی مانند تعهد، خوداتکایی، سازگاری و یادگیری مهمی در مرحله اکتشاف در کسب و کارهای نوپا هستند. مشتریان، تعهد و یادگیری عوامل بسیار مهم‌تری نسبت به سایر عوامل در مرحله بهره‌وری و کارایی کسب و کارهای نوپا هستند. علاوه بر این، عامل نیروی انسانی با گذشت زمان عامل مهمی در موفقیت کسب و کارهای نوپا خواهد بود و به‌طور کلی، عامل تعهد در راستای موفقیت کارآفرینان بسیار مهم است [۱۰].

عامل تعهد در راستای موفقیت کارآفرینان بسیار مهم است [۱۰]. در پژوهشی با عنوان موفقیت در کسب و کارهای نوپا و فناوریانه در رژیم صهیونیستی، تجربه بسیاری از بنیان‌گذاران کسب و کارها، مدیران و سرمایه‌گذاران در کسب و کارهای نوپا با فناوری بالا عوامل موفقیت آنها شناسایی و طبقه‌بندی شده است. بدین ترتیب، ایده، راهبرد، تعهد اعضای تیم اصلی، تخصص و بازاریابی را به‌عنوان عوامل حیاتی توسعه کسب و کارهای نوپا بر شمرده‌اند. در ادامه مدیریت، روابط با مشتریان و تحقیق و توسعه را در جایگاه دوم موفقیت‌ها قرار داده‌اند و در پایان عوامل مهم خارج از محیط شرکت‌ها و کسب و کارهای نوپا شامل اقتصاد، سیاست و محیط عمومی کسب و کارها آورده شده است. در پژوهشی عوامل موفقیت و ریسک در مرحله قبل از راه‌اندازی یک کسب و کار نوپا بررسی شده است. بر این اساس، تأثیرات مدنظر محققان در مورد کسب و کارهای نوین، براساس چارچوبی استاندارد ارزیابی شده است. این چارچوب نشان داده است که تلاش‌های یک کسب و کار نوپا تحت تأثیر ویژگی‌های شخصی است که کسب و کار را ایجاد کرده، نوع سازمانی که تأسیس می‌شود، محیطی که کسب و کار در آن شکل می‌گیرد و فرایند آغاز کسب و کار است.

در مطالعه‌ای دیگر که با هدف بررسی عوامل کلیدی موفقیت استارت‌آپ‌های فین تک و چالش‌های صنعت مالی با استفاده از تکنیک‌های نظریه مبنایی، به تحلیل ۱۰ مصاحبه با مدیران ارشد و مدیران اجرایی استارت‌آپ‌ها و ۸ مصاحبه با سرمایه‌گذاران خطرپذیر پرداخته‌اند. آنها در مطالعه خود ۱۵ عامل کلیدی، شامل ۹ عامل عمومی (کارآفرین، تیم، سرمایه، تناسب محصول و بازار، ایده و اجرا، یادگیری مداوم، استفاده مشتری، بین‌المللی کردن و شبکه‌سازی) و ۶ عامل ویژه‌ی استارت‌آپ‌های فین تک (مزیت فناوری اطلاع و آگاهی نسبت به قوانین و مقررات، تمرکز بر روی مدل‌های BB مشارکت‌های ضروری، پتانسیل رشد، گزینه‌های خروج سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر)، اثرگذار بر موفقیت استارت‌آپ‌های فین تک را شناسایی کرده‌اند [۱۱].

کار و استخر استعداد)، فناوری (سخت‌افزار، نرم‌افزار، کیفیت محتوا و مالکیت معنوی) مشخص شده است [۴].

طی پژوهشی دیگر پژوهشگران نشان دادند که مهم‌ترین موانع توسعه استارت‌آپ‌های فین تک در ایران عبارت است از: چالش‌های قانون‌گذاری، عدم وجود راهبرد شفاف در بانک‌ها برای همکاری و شرایط کلان سیاسی و اقتصادی کشور به ویژه تحریم‌ها بوده و راهبردهایی از جمله تدوین استانداردها و قوانین جدید متناسب با نیاز استارت‌آپ‌ها و به ویژه تسهیل فرایندهای بانکداری باز و ترسیم نقشه راه تحول دیجیتال صنعت بانکداری با همکاری ذی‌نفعان کلیدی، می‌تواند به توسعه استارت‌آپ‌ها منجر شود [۵].

پژوهشگرانی دیگر در پژوهش‌های خود نشان دادند که ۶ مؤلفه اصلی در تأمین مالی استارت‌آپ‌های دیجیتال نقش دارند. ۴ مؤلفه به ترتیب شامل عوامل ریسک موجود در ایده، ویژگی بازار، ویژگی ایده و ویژگی مالی به‌عنوان علت و ۲ عامل ویژگی حقوقی و ویژگی‌های زیرساخت همراه با زیرمجموعه هر یک به‌عنوان معلول در تأمین مالی این استارت‌آپ‌ها شناسایی شده‌اند. این روابط نقش حیاتی در فرایند تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران استارت‌آپ‌ها دارد [۶].

پژوهشگری دیگر نسبت به طراحی مدل کنترل راهبردی در استارت‌آپ‌های اینترنتی پرداخت. شواهد حاکی از آن است که کنترل پیش‌فرض‌ها و مفروضات راهبردی می‌تواند نقش کلیدی در کنترل راهبردی ایفا کند [۷].

پژوهشگران طی پژوهشی دیگر به بررسی شناسایی و اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) با استفاده از روش‌شناسی کیو پرداختند. نتایج حاصل از امتیازهای استاندارد شده آرایه‌های عاملی نشان داد که دیدگاه شرکت‌کنندگان به دو الگوی متفاوت قابل تفکیک است. الگوی اول بر سرعت عمل، تیم کاری، ذات ایده و فرصت‌سنجی و الگوی دوم بر مشتری، رقبا، شریک سرمایه‌گذار و حمایت‌ها تأکید دارد. در الگوی اول، توجه بر پرورش خلاقیت و ایجاد زمینه‌های بروز نوآوری‌ها در افراد مستعد از طریق آموزش و ایجاد بستری فرهنگی در جامعه مورد اشاره است. در الگوی دوم نیز حمایت از ظرفیت‌های بالقوه، تأمین امنیت سرمایه‌گذاری و فرهنگ‌سازی کارگروهی در کسب و کارهای موردنظر است [۸].

طی پژوهشی دیگر فهرستی از مشکلات و چالش‌های یک کسب و کار نوپا شامل هزینه‌های بالای تحقیق و توسعه در کسب و کارهای نوپا و نوآورانه، ناشناخته‌بودن بازار و نیازهای مشتریان، مقاومت و نبود اطمینان در مشتریان بالقوه، تهدید ایجاد رقبا، عدم قطعیت در موفقیت کسب و کار نوپا و تطابق نداشتن قوانین موجود با موضوع جدید یک کسب و کار نوپا و در نهایت، کانال‌های توزیع نامشخص در بازار هستند [۹].

در پژوهشی دیگر، سال‌های بیشتر تجربه کاری عاملی برای رونق یک کسب و کار نوپا عنوان شده است. در نهایت پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که تمایل به خطر کردن و خطرپذیری می‌تواند عامل مهمی در رونق کسب و کارهای نوپا باشد. حضور در یک خانواده کارآفرین می‌تواند از دیگر عوامل

۴- تحلیل مضمون

برای این کار ابتدا با جست و جو در پایگاه‌های اطلاعاتی نظیر google scholar, scopus, Web of Science, Science Direct و Emeraldinsight و فصلنامه‌های مدیریت ۱۴۲ مقاله بررسی شد که از این تعداد ۶۸ مقاله مرتبط با موضوع پژوهش تفکیک شد. مراحل که در این پژوهش برای تحلیل تم استفاده شد به شرح زیر می‌باشد [۱۳].

جدول ۳- مضامین اصلی و فرعی

ردیف	مضمون اصلی	مضمون فرعی
۱	انعطاف پذیری	انعطاف‌پذیری مدل محصول انعطاف‌پذیری سیستم‌های تولید انعطاف‌پذیری نیروی کار انعطاف‌پذیری ساختار سازمانی انعطاف‌پذیری محل کار انعطاف‌پذیری راهبرد کسب و کار
۲	پاسخگویی	پاسخ به تغییر در خواسته‌های مشتریان پاسخ به تغییرات محیط بازار و کسب و کار پاسخ به مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی تنظیم اهداف کسب و کار به تغییرات
۳	فرهنگ تغییر	محیط حمایتی از تجربه، آموزش و نوآوری نگرش مثبت به تغییرات، ایده‌های جدید افراد و فناوری بهبود مستمر یادگیری و آموزش کارکنان مدیریت تغییرات مسئولیت‌های سازمانی تغییر
۴	سرعت	یادگیری انجام وظیفه و ایجاد تغییرات در کوتاه‌ترین زمان ممکن کاهش زمان عملیات، کاهش زمان تغییر تولید، کاهش زمان ارائه محصول و خدمات کاهش زمان یادگیری و کاهش زمان سازگاری با تغییر
۵	یکپارچه‌سازی و کاهش پیچیدگی	یکپارچه‌سازی درونی و بیرونی و سازمان یکپارچه‌سازی افراد، فناوری و سازمان پیوند فناوری‌ها، مهارت‌ها و شایستگی‌های متنوع کاهش پیچیدگی ساختار و روابط بین عناصر ساختار جرایم مواد، ارتباطات و اطلاعات بین ساختارهای مختلف سازمانی و اجزای سیستم افزایش تعامل بین فرایندها، محصولات و تأمین‌کننده‌ها فرایند آسان و بی‌دردسر ایجاد تغییر
۶	کیفیت بالای محصولات	محصولات و خدمات با اطلاعات و با محتوای ارزش‌افزوده کیفیت بالای عمر محصول کوتاه‌کردن چرخه توسعه
۷	بسج شایستگی‌های کلیدی	قابلیت‌های چندجانبه طراحی و توسعه عملیات کسب و کار دشوار برای کپی‌کردن مهارت و فناوری افزایش دانش شکل‌گیری همکاری سریع ارتباط نزدیک با مشتریان و تأمین‌کنندگان میزان بالایی از معرفی محصول جدید

به بررسی چالش‌های استارت‌آپ‌های فین تک پرداخته‌اند و به شش چالش اساسی که استارت‌آپ‌های فین تک و مؤسسات مالی سنتی در دوره نوآوری مخرب با آن مواجه هستند، اشاره می‌کنند. این چالش‌ها عبارتند از: چالش مدیریت مشتری، چالش قوانین و مقررات، چالش یکپارچه‌سازی فناوری، چالش امنیت و حریم خصوصی، چالش مدیریت ریسک [۱۲]. در پژوهشی به معرفی فرصت‌ها و مزایای شرکت‌های فین تک در بازارهای نوظهوری مانند چین و هندوستان و کنیا پرداخته‌اند و اشاره می‌کنند که نوآوری‌های مالی از قبیل پول همراه در این کشورها که مؤسسات مالی سنتی هیچ سرویس متعددی برای جابه‌جایی پول ندارند می‌تواند بسیار کارساز باشد. خدمات فین تک‌ها در این کشورها باعث بهبود قابل ملاحظه‌ای در افزایش دسترسی‌ها برای مشتریان با سطح درآمد پایین و کاهش هزینه برای بانک‌ها شده است. در یک جمع‌بندی از مرور پیشینه پژوهش چنین استنتاج می‌شود که پیشران‌ها و عوامل مختلف و متنوعی بر توسعه استارت‌آپ‌های دیجیتال مؤثرند. این عامل‌ها به دسته‌های متنوعی شامل عامل‌های فردی (شخصی)، سازمانی (اجتماعی)، محیطی و ... قابل تفکیک هستند.

۳- روش تمیق

تحقیق حاضر از نظر نوع، یک تحقیق کاربردی است. روش تحقیق، توصیفی-پیمایشی می‌باشد و برای جمع‌آوری اطلاعات، از مطالعات کتابخانه‌ای مربوط به تئوری‌های موجود در زمینه موضوع و مطالعات کاربردی گذشته مصاحبه استفاده شده است. این تحقیق از نظر افق زمانی مقطعی و براساس محیط مطالعه از نوع میدانی است. در مرحله شناسایی مقوله‌ها و مفاهیم و دوره‌های دلفی شامل خبرگان و اساتید دانشگاهی منتخب و متخصص که دارای ویژگی‌هایی نظیر در دسترس بودن، تجربه، تناسب رشته تحصیلی، اشتغال به تدریس در دانشگاه، سابقه پژوهشی و تألیفی در این زمینه و سابقه اجرایی بودند که تعداد آن‌ها ۲۵ نفر برآورد شد.

جدول ۱- پل خبرگان

اساتید خبره دانشگاهی			خبرگان غیردانشگاهی			سوابق خدمت و پست سازمانی		
مدرک تحصیلی	درجه دانشگاهی	تعداد درصد	مدرک تحصیلی	تعداد درصد	سابقه خدمت	تعداد درصد	پست سازمانی	تعداد درصد
دکتری یا کارشناسی ارشد	استاد تمام	۶	دکتری	۹	۲۱-۳۰	۱۳	مدیریت ارشد	۱۶
	دانشیار	۲	کارشناسی ارشد	۲	۱۱-۲۰	۱۰	مدیریت میانی	۵
	استادیار یا مربی	۴	کارشناسی	۲	۵-۱۰	۲	سرپرست	۴
جمع		۱۲	جمع	۱۳	جمع	۲۵	جمع	۲۵

جدول ۲- مقدار روایی و پایایی پژوهش

نرم‌افزار مورد استفاده	مقدار	
SPSS	۵۲/۰	CVR
Nvivo	۹۳/۰	PAO

۸- ایجاد ماتریس دسترسی اولیه و نهایی

در این مرحله، ماتریس خودتعاملی ساختاری به ماتریس دودویی تبدیل می‌شود. از این طریق ماتریس دسترسی اولیه به دست می‌آید. از طریق تبدیل نمادهای O, X, V, A به صفر و یک برای هر متغیر، هر ماتریس خودتعاملی ساختاری به یک ماتریس دودویی تبدیل می‌شود که به اصطلاح ماتریس دسترسی اولیه نام دارد. پس از آنکه ماتریس دسترسی اولیه به دست

آمد با وارد کردن انتقال پذیری در روابط متغیرها، ماتریس دسترسی نهایی شکل می‌گیرد. این ماتریس مربعی است که هر یک از درایه‌های ij آن هنگامی که عنصر ij به عنصر ij با هر طولی، متصل شود $1=ij$ و در غیر این صورت برابر با صفر است. ماتریس نهایی براساس منطق زیر تکمیل می‌گردد؛ اگر V بر X و X بر A اثر بگذارد پس V بر A هم اثر خواهد گذاشت و باید در ماتریس رابطه تأثیر V بر A را معادل عدد (۱) قرار داد.

جدول ۵- ماتریس دسترسی اولیه (مد نظر خبرگان)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1
3	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
5	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
6	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
8	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
9	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
10	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
12	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1
13	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0
14	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1
15	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1
16	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0
17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
19	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1

ماتریس دسترسی اولیه را برای سازگاری به توان $1+K$ می‌رسانیم که در این تحقیق ماتریس در توان سوم پایدار گردید. در این ماتریس عددی که روی آنها (*) قرار می‌گیرد در ماتریس دسترسی اولیه صفر بوده‌اند اما بدلیل تأثیرات غیرمستقیم در ماتریس نهایی به یک تبدیل شدند.

جدول ۶- ماتریس نهایی صفر و یک

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	قدرت نفوذ
1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1	1	17
2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1*	1	1	1	1	1	1	1	16
3	0	0	1	1*	1*	1	1	1	0	0	0	1*	0	0	0	0	1*	1*	1	10
4	0	0	0	1	0	0	1*	0	0	0	0	1*	0	0	0	0	0	1*	1	5
5	0	0	0	1*	1	1	1	1*	0	0	0	1*	0	0	0	0	1*	1	1	9
6	0	0	0	1*	1	1	1	1	0	0	0	1*	0	0	0	0	1*	1*	1	9
7	0	0	0	1*	0	0	1	0	0	0	0	1*	0	0	0	0	0	1	1	5
8	0	0	0	1*	0	0	1	1	0	0	0	1*	0	0	0	0	1	1*	1*	7
9	0	1*	0	1*	1*	1*	1	1	1	0	1	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	16
10	0	1*	0	1*	1*	1*	1	1*	1	1	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	17
11	0	1	0	1	1*	1	1	1	1*	0	1	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1	1	16
12	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	5
13	0	0	0	1*	1	1*	1*	1*	0	0	0	1*	1	1*	1	1	1*	1*	1*	13
14	0	0	0	1*	1	1*	1	1	0	0	0	1*	0	1	0	0	1*	1	1	10
15	0	0	0	1*	1	1	1	1*	0	0	0	1*	1*	1	1	1	1	1*	1*	13
16	0	0	0	1*	1	1*	1*	1*	0	0	0	1*	1	1	1	1	1*	1	1*	13
17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
19	0	0	0	1*	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	5
میانگین	1	5	1	17	12	12	17	13	5	1	5	17	8	9	8	8	14	18	17	

به این معیار رسید و مجموعه متأخر شامل معیارهایی است که از طریق این معیار می‌توان به آن‌ها رسید. سپس عناصر مشترک در این دو مجموعه شناسایی می‌شوند و عناصری که مجموعه مشترک و متأخر آن‌ها برابر باشند در سطح یک قرار می‌گیرند با حذف عناصر سطح یک از جدول به همین ترتیب عناصر سایر سطوح را به دست می‌آوریم که در این پژوهش عناصر در هشت سطح قرار می‌گیرند.

گام پنجم: بخش‌بندی سطح

در این گام، ماتریس دسترسی به سطوح مختلف دسته‌بندی می‌شود. در واقع با استفاده از ماتریس دسترسی نهایی، مجموعه خروجی و ورودی برای هر متغیر به دست می‌آید. مجموعه ورودی و خروجی برای یک متغیر به صورت زیر تعریف می‌شود.

در این مرحله مجموعه متقدم و متأخر یا قابل دستیابی را تنظیم می‌کنیم مجموعه متقدم شامل معیارهای است که از طریق آن‌ها می‌توان

جدول ۷- معرفی متغیرها

ردیف	کد	متغیرها
۱	Flxstr	انعطاف‌پذیری ساختار سازمانی
۲	Flxlb	انعطاف‌پذیری نیروی کار
۳	flxbp	انعطاف‌پذیری فرایند کسب و کار
۴	Flxpm	انعطاف‌پذیری مدل محصول
۵	Chmgt	مدیریت تغییر
۶	chep	سهولت فرایند تغییر
۷	Chpsd	سرعت ارائه خدمات و محصولات
۸	chimp	توانایی در انجام فرایند تغییر
۹	Kcef	جریان آسان اطلاعات و ارتباطات
۱۰	kcda	تحلیل داده‌ها
۱۱	Kcid	داده‌های محیط داخلی
۱۲	kced	داده‌های محیط بیرونی
۱۳	Clatin	نگرش سازمان به مشارکت
۱۴	cleeci	بهبود مستمر آموزش کارکنان
۱۵	Clpatc	نگرش مثبت به تغییرات، ایده‌ها
۱۶	Rmsin	حمایت مدیران از نوآوری
۱۷	ratchbg	توانایی تغییر اهداف کسب و کار
۱۸	ratei	توانایی پاسخ به مسائل محیطی
۱۹	Ratrew	توانایی پاسخ به خواسته مشتریان

جدول ۸- مجموعه‌های متقدم و متاخر

متغیر	مجموعه متقدم	مجموعه متاخر	مجموعه مشترک	سطح اول
flxstr	1	1,2,4,5,6,7,8,9,11,12,13,14,15,16,17,18,19	1	
flxlb	1,2,9,10,11	2,4,5,6,7,8,9,11,12,13,14,15,16,17,18,19	2,9,11	
flxbp	3	3,4,5,6,7,8,12,17,18,19	3	
flxpm	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,19	4,7,12,18,19	4,7,12,19	
chmgt	1,2,3,5,6,9,10,11,13,14,15,16	4,5,6,7,8,12,17,18,19	5,6	
chep	1,2,3,5,6,9,10,11,13,14,15,16	4,5,6,7,8,12,17,18,19	5,6	
chpsd	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,19	4,7,12,18,19	4,7,12,19	
chimp	1,2,3,5,6,8,9,10,11,13,14,15,16	4,7,8,12,17,18,19	8	
keef	1,2,9,10,11	2,4,5,6,7,8,9,11,12,13,14,15,16,17,18,19	2,9,11	
kcda	10	2,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19	10	
kcid	1,2,9,10,11	2,4,5,6,7,8,9,11,12,13,14,15,16,17,18,19	2,9,11	
keed	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,19	4,7,12,18,19	4,7,12,19	
clatin	1,2,9,10,11,13,15,16	4,5,6,7,8,12,13,14,15,16,17,18,19	13,15,16	
cleeci	1,2,9,10,11,13,14,15,16	4,5,6,7,8,12,14,17,18,19	14	
clpatc	1,2,9,10,11,13,15,16	4,5,6,7,8,12,13,14,15,16,17,18,19	13,15,16	
rmsin	1,2,9,10,11,13,15,16	4,5,6,7,8,12,13,14,15,16,17,18,19	13,15,16	
ratchbg	1,2,3,5,6,8,9,10,11,13,14,15,16,17	17	17	E ₂
ratei	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,18,19	18	18	E ₃
ratrew	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,19	4,7,12,18,19	4,7,12,19	

جدول ۹- سطح‌بندی متغیرها

ردیف	متغیر	سطح اول	سطح دوم	سطح سوم	سطح چهارم	سطح پنجم	سطح ششم	سطح هفتم	سطح هشتم
۱	Flxstr	A1							انعطاف‌پذیری ساختار سازمانی
۲	Flxlb	A2							انعطاف‌پذیری نیروی کار
۳	flxbp	A3					انعطاف‌پذیری فرایند کسب و کار		
۴	Flxpm	A4							انعطاف‌پذیری مدل محصول
۵	Chmgt	B1							مدیریت تغییر
۶	chep	B2							سهولت فرایند تغییر
۷	Chpsd	B3							سرعت ارائه خدمات و محصولات
۸	chimp	B4							توانایی در انجام فرایند تغییر
۹	Kcef	C1							جریان آسان اطلاعات و ارتباطات
۱۰	kcda	C2							تحلیل داده‌ها
۱۱	Kcid	C3							داده‌های محیط داخلی
۱۲	kced	C4							داده‌های محیط بیرونی

ردیف	متغیر	سطح اول	سطح دوم	سطح سوم	سطح چهارم	سطح پنجم	سطح ششم	سطح هفتم	سطح هشتم
۱۳	D1	Clatin					نگرش سازمان به مشارکت		
۱۴	D2	cleeci				بهبود مستمر آموزش کارکنان			
۱۵	D3	Clpatc					نگرش مثبت به تغییرات، ایده‌ها		
۱۶	E1	Rmsin					حمایت مدیران از نوآوری		
۱۷	E2	ratcbg	توانایی تغییر اهداف کسب و کار						
۱۸	E3	ratei	توانایی پاسخ به مسائل محیطی						
۱۹	E4	Ratrcw		توانایی پاسخ به خواسته مشتریان					

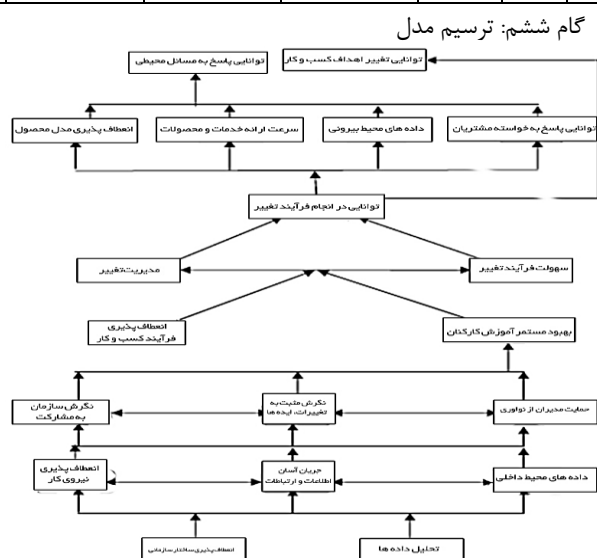
در ۱۹ تم در دودسته تم اصلی تأثیرگذار و تأثیرپذیر در راستای آن تدوین شدند. سپس با رویکرد ساختاری تفسیری تجزیه و تحلیل شدند.

ابتدا نوزده متغیر استخراج شده از مبانی نظری و پژوهش‌های پیشین به‌وسیله پرسش‌نامه شماره یک برای بومی کردن موردنظرخواهی خبرگان قرار گرفت. متغیرها در پنج محور انعطاف‌پذیری، تغییر، قابلیت دانش، فرهنگ و پاسخ‌گویی مورد تأیید قرار گرفت. سپس با استفاده از پرسش‌نامه قدرت نفوذ و وابستگی آن‌ها بررسی شد. همان‌طور که پیشتر ISM شماره دو و تکنیک گفته شد این تکنیک برای بررسی ارتباطات درونی متغیرها و سطح‌بندی آن‌ها مناسب می‌باشد.

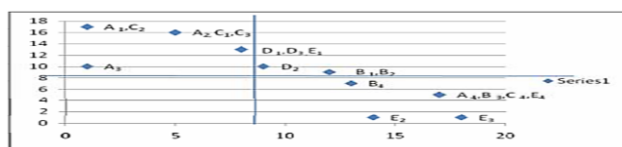
با بررسی نتایج مشخص می‌شود که عامل توانایی پاسخ به مسائل محیطی و توانایی تغییر اهداف کسب و کار در بالاترین سطح قرار می‌گیرند به عبارتی همه متغیرها روی آن‌ها تأثیر می‌گذارند و این عوامل به نوعی نتیجه و خروجی سازمان محسوب می‌شوند؛ که اهمیت این عوامل در تحقیقات مشهود می‌باشد.

انعطاف‌پذیری ساختار سازمانی و تحلیل داده‌ها در سطح اول قرار می‌گیرند به عبارتی تأثیرگذارترین عوامل محسوب می‌شوند و روی کلیه متغیرها تأثیر دارند به همین دلیل به آن‌ها منبع هم گفته می‌شود و این نظر با پژوهش [۹] که این عوامل را جزء جدایی‌ناپذیر استارت‌آپ‌ها می‌دانند، همخوانی دارد.

این نتیجه با تجزیه و تحلیل پژوهش [۱۲] همخوانی دارد که در آن لزوم سازگاری با مشتریان، معرفی محصولات جدید و تغییرات در طراحی به‌عنوان مهم‌ترین عوامل رتبه‌بندی شدند و تغییرات سازمانی کمترین اهمیت را داشتند. پژوهش [۱۴] عوامل سرعت، انعطاف‌پذیری و نوآوری را مهم‌ترین عناصر موفقیت استارت‌آپ‌ها؛ حمایت مدیریت ارشد و بررسی ساختار سازمانی را از عوامل اصلی موفقیت استارت‌آپ‌ها می‌دانند. ضمن اینکه متغیرهای ابعاد انعطاف‌پذیری، تغییر، مطابقت داشته و فرهنگ و پاسخ‌گویی با نتایج پژوهش [۱۵] مطابقت داشته و متغیرهای عامل قابلیت



شکل ۱- ترسیم مدل



شکل ۲- تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ و میزان وابستگی نمودار MicMac

۹- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

برای انجام این پژوهش که با هدف واکاوی عوامل موفقیت شتاب‌دهنده‌های استارت‌آپ‌های حوزه دیجیتال در دوران پساکرونا انجام شد، ۳ سؤال مبتنی بر ادبیات پژوهش و نظرات خبرگان تدوین گردید. سپس با استفاده از روش تحلیل تم و مبانی نظری و تجربی پژوهش؛ ۷ تم اصلی و ۳۴ تم فرعی برای بعد چابکی سازمان ارائه گردید. پس از آن تم‌ها در قالب پرسشنامه‌هایی بین خبرگان توزیع شد. با نظر و اجماع خبرگان

دانش مطابق با پژوهش‌های [۱۶]، [۹]، [۱۵] می‌باشد. در نهایت اینکه عوامل توانایی پاسخ به مسایل محیطی و توانایی تغییر اهداف کسب و کار دارای بیشترین وابستگی و عوامل انعطاف‌پذیری ساختار سازمانی و تحلیل داده‌ها دارای بیشترین قدرت نفوذ می‌باشند.

۱۰- مراجع

- 1- Statements of the Leader of the Revolution in a visual connection with production collections. May 2020. (In Persian)
- 2- Dr. Ismail Ghaderifar, Report of the Economic Commission of the Parliament, 1399. (In Persian)
- 3- Kuckertz, A. Brändle, L. Gaudig, A. Hinderer, S. Reyes, C. A. M. Prochotta, A. ... & Berger, E. S. Startups in times of crisis—A rapid response to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, e00169, 2020.
- 4- Thuriaux-Alemán, B, Salisbury, S. and Dutto, P. R. "R&D Investment Trends and the Rise of NOCs". *Journal of Petroleum Technology*, 62(10): pp. 30–32, 2010.
- 5- Moradi, Sh, Naderi, N, Del Angizan Sohrab, A Study of the Development Process of FinTech Startups in Iran- *Entrepreneurship Development*. (47), 121-140, 2020. (In Persian)
- 6- Shahrazi, B, Modeling the Factors Affecting the Financing of Start-ups (Start-up Businesses) with Demetel Technique- *Quarterly Journal of Financial Management Strategy*, (25) 61-89, 2019. (In Persian)
- 7- Khashei, V, Asadi, R., Designing a Strategic Control Model in Internet Startups- *Quarterly Journal of Strategic Management Studies*. (10)125-139, 2019. (In Persian)
- 8- Nadafi R, Ahmadvand M, Identifying and prioritizing the drivers of start-up business development (start-ups) using Q methodology - *Entrepreneurship Development Quarterly*. 517-534, 2017. (In Persian)
- 9- Giones, F, Brem, A, Pollack, J. M, Michaelis, T. L, Klyver, K, & Brinckmann, J. Revising entrepreneurial action in response to exogenous shocks: Considering the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 14, e00186, 2020.
- 10- Perrons, R. K. and Donnelly, J. "Who Drives E&P Innovation?" *Journal of Petroleum Technology*, 64(12), pp. 62–72, 2012.
- 11- Werth, O, Rodriguez, D, Nowatschin, J. "Challenges of the Financial Industry An Analysis of Critical Success Factors for FinTechs". *Twenty-fifth Americas Conference on Information Systems*, Cancun in Mexico, 2019.
- 12- Lee, I, & Shin, Y. J. Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35-46, 2018.
- 13- Braun, V. & Clarke, V. Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2): 77-101. (2006).
- 14- Duperrin, Jean-Claude, and Michel Godet. *Méthode de hiérarchisation des éléments d'un système: essai de prospective du système de l'énergie nucléaire dans son contexte sociétal*. Diss. Centre national de l'entrepreneuriat (CNE); CEA, 1973.
- 15- Sedlacek, P, & Sterk, V. Startups and employment following the COVID-19 pandemic: A calculator, 2020.
- 16- Andreas Kuckertz leif Brandle Anja Gaudig Sebastian Hinderer Carlos Arturo Morales Reyes Alicia Prochotta Kathrin Steinbrink Elisabeth S.C. Berger. Startups in times of crisis – A rapid response to the covid-19 Pandemic *Journal OF Business Venturing Lnsights* 169:1-40, 2020.