

مقاله پژوهشی: ارائه مدلی برای ارتقای رویدادهای استارت‌آپی در استارت‌آپ‌ویکند به روش آمیخته

امیررضا زریسفی* محمد مهدی پورسعید**

محمدعلی فرقانی***

پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۱۰

دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۰۸

استارت‌آپ / استارت‌آپ‌ویکند / اثربخشی / کارآفرینی / روش آمیخته

چکیده

هدف از این پژوهش شناسایی ابعاد مختلف رویداد استارت‌آپ‌ویکند و ارائه مدلی برای اثربخشی آن است. در این تحقیق از روش آمیخته (کیفی سپس کمی) استفاده شده است. در فاز اول تحقیق (فاز کیفی) با روش نظریه داده‌بنیاد، مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته با ۱۵ نفر از خبرگان زیست‌بوم استارت‌آپی با روش گلوله برفی تا رسیدن به اشباع نظری صورت گرفت. داده‌های حاصل از مصاحبه در سه مرحله باز، محوری و انتخابی کدگذاری شدند و در نهایت مدل تحقیق ارائه شد. در فاز کمی پژوهش، مدل تحقیق، با ارائه‌ی پرسشنامه به جامعه آماری که شامل ۴۰۰ نفر از میان شرکت‌کنندگان و برگزارکنندگان رویداد در سراسر کشور بودند مورد آزمون قرار گرفت. با استفاده از نرم افزارهای Smart PLS و SPSS روابط بین متغیرهای مدل بررسی شد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که زیرساخت و محیط رویداد استارت‌آپی بر اثربخشی رویداد تأثیر دارند. زیرساخت رویداد شامل فراهم بودن شرایط اقتصادی، سطح بلوغ اکوسیستم و زیرساخت مناسب

*. دانشجوی دکتری انتقال تکنولوژی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

**دانشیار دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر، کرمان، ایران

***استادیار دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر، کرمان، ایران

محمد مهدی پورسعید، نویسنده مسئول. ■

برگزاری رویداد است و مؤلفه‌های محیط رویداد شامل دخالت ارگان‌ها و نهادهای برگزارکننده رویداد، ممیزی‌ها، سیاست‌گذاری، تسهیل همکاری‌های بین‌المللی، تحریم‌ها و نقش حاکمیتی دولت در حمایت از اکوسیستم می‌باشد.

طبقه‌بندی JEL: L26, M13, M19, O31, M21

مقدمه

بیشتر اقتصادهای درحال توسعه اتکای زیادی به استارت‌آپ‌ها دارند و کشورهایی که استارت‌آپ‌های بیشتری دارند ثبات اقتصادی بیشتری دارند^۱. اهمیت این موضوع زمانی بهتر آشکار می‌شود که بدانیم اقتصاد جهانی استارت‌آپ ارزش سه تریلیون دلاری دارد و از ۱۰ شرکت بزرگ دنیا هفت شرکت در حوزه فناوری فعالیت دارند^۲.

از سوی دیگر نوآوری مغز و هسته اصلی استارت‌آپ‌ها به شمار می‌رود و استارت‌آپ‌ها به عنوان معیاری برای سنجش نوآوری و توسعه شناخته شده‌اند^۳. به همین دلیل در سالیان اخیر رقابت‌های نوآوری به عنوان ابزاری برای تدارک راه حل‌های جدید مبتکرانه ظهور دوباره‌ای داشته‌اند^۴؛ این رقابت‌ها برای استارت‌آپ‌ها به منظور غلبه بر مشکلات تازگی و کوچکی استارت‌آپ‌ها نیز به عنوان ابزاری مهم برای دسترسی شرکت‌ها به نوآوری استارت‌آپ‌ها^۵ ضرورت دارد. در همین راستا (از آن جمله فناوری، نوآوری و کارآفرینی شدیداً در هم تنیده‌اند^۶. نوآوری برای دستیابی به مزیت رقابتی استارت‌آپ‌ها ضروری بوده^۷ و محور اصلی موفقیت هر استارت‌آپی در هر کجای جهان است^۸. از طرفی، استارت‌آپ ویکند را می‌توان رویدادی چندوجهی در نظر گرفت که فرایند نوآوری را در برمی‌گیرد^۹، کارکردهای آموزشی تجربی داشته و هدف از آن ایجاد محیط ایده آل برای خلق یک کسب و کار و تبدیل شدن به بنیانگذار کسب و کار است^{۱۰}.

تحقیقات پیشین به برخی ابعاد استارت‌آپ ویکند پرداخته‌اند و در عین حال از ابهامات دیگری پرده برداشته‌اند. ویراندز^{۱۱} با مطالعه قوم‌نگاری چگونگی سازماندهی و تسهیل‌گری رویداد استارت‌آپ ویکند را بررسی و با مرور ادبیات موجود، چهار حوزه موفقیت رویداد را مشخص کرده است. وی بیان می‌کند در حالی که استارت‌آپ ویکند یک ساختار و فرمت جهانی مشابه دارد

1. Okrah et al, (2018).
2. startupgenome, (2021).
3. Okrah et al, (2018).
4. Pihlajamaa & Merisalo, (2021).
5. Kurpjuweit & Wagner, (2020).
6. Prasad & Bhat, (2021).
7. Lichtenthaler, (2020).
8. Okrah et al, (2018).
9. Roundtree, (2016).
10. Nager, Nelsen, & Nouyrgat, (2011).
11. Wijbrands, (2019).

اما رویدادهای متفاوت از نظر تکمیل محصول حین رویداد و ادامه دادن استارتاپ پس از آن، نرخ موفقیت متفاوتی دارند و این در مناطق مختلف متفاوت است. سایر محققین فاکتورهای مختلفی را بررسی کرده اند: روی سروانتس و بونی نردی^۱ در مقاله‌ای نقش کاتالیزوری استارتاپ ویکند را در ایجاد فرهنگ نوآوری، توسعه ی جامعه ی استارتاپی و در برخی موارد، شکل‌گیری شرکت‌های استارتاپی مهم تشخیص دادند و استارتاپ ویکند را برای مکزیکی فرصتی دانستند برای تغییر فرهنگ صنعت اینترنت تا با الهام از برخی مولفه‌های فرهنگی سیلیکون ولی نوآورتر شود. روندتری (۲۰۱۶) در یک تحقیق ترکیبی، مولفه‌ها و فعالیت‌های موثر در فرایند نوآوری نوکارآفرینان در طول استارتاپ ویکند را مطالعه کرد. او با موثر دانستن نقش عواملی از قبیل محدودیت زمانی، اخذ بازخورد از منابع مختلف، قوانین مسابقه و نحوه‌ی ارائه در ایده پردازی، فرایند نوآوری را فرایندی اجتماعی و مشارکتی با تأثیراتی ترکیبی می‌داند. سیلوریا و همکاران^۲ در تحقیقی بر مبنای نظریه ی رفتار برنامه‌ریزی شده (TPB) با تحلیل طولی، میزان تمایل به کارآفرینی (EI) در شرکت‌کنندگان استارتاپ ویکند را در مقاطع زمانی پیش از رویداد، بلافاصله پس از رویداد و چهار ماه پس از رویداد ارزیابی کردند. آنها دریافتند که میزان متغیر تمایل به کارآفرینی در طول زمان در بیشتر شرکت‌کنندگان ثابت باقی مانده است. یاسویوکی و کارن^۳ در بررسی اکوسیستم استارتاپی سنت لوییس، ارتباط بین کارآفرینان و سایر بازیگران اصلی را چهار سطح دسته‌بندی می‌کنند. آن‌ها علاوه بر تأکید بر اهمیت روابط مریدان، رویدادهای بازکارآفرینی از جمله استارتاپ ویکند را با ارزش می‌دانند. به اعتقاد آنها در کنار سازمان‌های پشتیبان و سایر گروه‌ها، مجموعه‌ی چنین رویدادهایی به‌طور اساسی ارتباطات را افزایش داده است زیرا اکوسیستم استارتاپی به حجم بحرانی از کارآفرینان نیاز دارد. با این وجود، به‌طور کلی، تاکنون تحقیقات کمی در ارتباط با طراحی و تأثیر رویدادهای استارتاپی انجام شده است.^۴ در مورد رویداد استارتاپ ویکند نیز، علی‌رغم اینکه اعتقاد بر این است که این رویداد را نباید موضوع کم‌اهمیتی در نظر گرفت، اما تا کنون تحقیقات کمی به بررسی جنبه‌های مختلف آن پرداخته‌اند و هنوز مسایل زیادی در خصوص رویداد استارتاپ ویکند مبهم است از جمله تعاملات و روابط

1. Ruy Cervantes and Bonnie Nardi, (2012).

2. Silveira, Santino, & Olivense, (2017).

3. Yasuyuki, & Karren, (2017).

4. Treutinger et al, (2017).

در داخل تیم‌ها در طول مسابقات نوآوری و نیز نقش تسهیل‌گران رویداد^۱ سازگاری تمرین‌های نوآوری به‌کارگرفته‌شده در استارت‌آپ ویکند با بافت منطقه‌ای و نیز میزان موفقیت شرکت‌کنندگان در بلندمدت^۲. همچنین هیچ کدام از تحقیقات پیشین به این موضوع نپرداخته‌اند که میزان اثربخشی رویداد استارت‌آپ ویکند به چه عواملی بستگی دارد. در پژوهش حاضر با توجه به اهمیت اثربخشی نوآوری رویدادهای کارآفرینی در موفقیت استارت‌آپ‌ها تلاش می‌شود تا با بررسی و تحلیل نظرات خبرگان مهمترین عوامل موثر بر رویدادهای کارآفرینانه شناسایی شود و با طراحی الگوی بومی درک صحیحی از جایگاه رویدادهای کارآفرینی در اکوسیستم استارت‌آپی و کارآفرینی ایران حاصل شود.

نوآوری این پژوهش در ارائه چارچوبی جدید برای افزایش اثربخشی رویداد استارت‌آپ ویکند و میزان دستیابی به اهداف در نظر گرفته شده برای رویداد است. اهمیت این موضوع زمانی بیشتر مشخص می‌شود که با مرور تحقیقات کم تعداد پیشین در کشورهای مختلف مورد بررسی از جمله آمریکا، سوئد، مکزیک، آفریقای جنوبی و تایوان در می‌یابیم که؛

۱. فاکتورهای کلیدی مورد تأکید در بررسی موفقیت رویداد در کشورهای مختلف متفاوت است.

۲. هدفگذاری رویداد در کشورهای مختلف متفاوت است، از این رو در خصوص زیست بوم استارت‌آپی کشورمان، ملاک قراردادن تنها یک معیار شامل نرخ ادامه فعالیت تیم‌ها پس از پایان رویداد نیاز به تحلیل و بررسی بیشتر دارد. در تأیید این مطلب می‌توان به عنوان نمونه به تحقیق ویراندز (۲۰۱۹) اشاره کرد که دو زیست بوم موفق سوئد و تایوان را در حالی مقایسه و تحلیل می‌کند که نرخ ادامه فعالیت تیم‌ها در این دو زیست بوم کاملاً متفاوت است.

از این رو برای رفع این ابهامات، در این پژوهش، مدل جدیدی پیشنهاد شده که کاملاً بومی بوده و با لحاظ شرایط منحصر بفرد زیست بوم استارت‌آپی کشور تدوین شده، و در برگیرنده عوامل کلیدی موثر بر اثربخشی رویداد است که توجه به آنها به بازیگران مختلف نظام ملی نوآوری (NIS) کشور اعم از دانشگاه‌ها، مراکز آموزشی و تحقیقاتی، شرکت‌ها، استارت‌آپ‌ها، ارگان‌های

1. Wijbrands, (2019).

2. Roundtree, (2016).

دولتی و سایر اجزاء کمک می‌کند تا با آگاهی و شناخت بهتر از رویداد به‌عنوان یک رقابت نوآوری پرتکرار و محبوب نسبت به برنامه‌ریزی صحیح برگزاری رویداد اقدام کرده و به اهداف مورد نظر دست پیدا کنند.

با انجام این پژوهش برخی ابهامات موجود در این حوزه برطرف و زمینه برای بررسی‌های تکمیلی بعدی در مورد رویداد استارت‌آپی موثر و کاهش ریسک در فرایند ظهور و رشد و موفقیت استارت‌آپ‌ها فراهم می‌شود. بنابراین، این مطالعه تلاش می‌کند تا با ارائه یک مدل و شناسایی و بررسی مولفه‌ها و ارتباط آنها با هم به این سوال پاسخ دهد که: عوامل مؤثر بر اثربخشی رویدادهای استارت‌آپی در استارت‌آپ‌ویکنندکدام است؟

۱. مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

اصطلاح کارآفرین^۱ در معنا و مفهوم فعلی را نخستین بار ژوزف شومپتر به کار برد، همچنین، طرح کارآفرینی به‌عنوان یک رشته‌ی دانشگاهی را به شومپتر (۱۹۳۴) نسبت می‌دهند. این اقتصاددان که او را پدر علم کارآفرینی می‌دانند بر این باور بود که رشد و توسعه اقتصادی در یک نظام، زمانی میسر خواهد شد که افرادی در بین آحاد جامعه با خطرپذیری، اقدام به نوآوری کرده و با این کار روش‌ها و راه‌حل‌های جدید جایگزین راه‌کارهای ناکارآمد و کهن قبل‌ی شوند^۲. در بررسی عوامل پیش‌بینی‌کننده قصد و رفتار کارآفرینی می‌توان اذعان کرد که تصمیم به راه‌اندازی استارت‌آپ ذاتاً شخصی است و ارزش‌های شخصی، نگرش‌ها و ادراکات بین افراد یکسان نیست. به عبارتی، انگیزه‌ها برای کارآفرینی و پاداش‌های درک شده احتمالاً بین افراد متفاوت است^۳. اکوسیستم کارآفرینی ترکیبی از عناصر فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی درون یک منطقه است که محیط مساعدی برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه را به وجود می‌آورند. شناخت اکوسیستم و اجزای آن روشی کاربردی برای فهم شیوه‌های ارتباطی مختلف میان ویژگی‌های اکوسیستم و عناصر شکل‌دهنده آن و همچنین تأثیر آنها بر کارآفرینان می‌باشد^۴. معمولاً استارت‌آپ‌ها، حول یک ایده خلاقانه و نوآورانه ایجاد شده‌اند. بنابراین، استارت‌آپ را

1. Entrepreneur

۲. مقیمی و همکاران، (۱۳۹۵).

۳. منفرد و همکاران، (۱۳۹۹).

۴. شهیکی تاش و منصوری، (۱۳۹۹).

می‌توان به‌عنوان یک سازمان موقت در نظر گرفت که با هدف یافتن یک مدل کسب و کار تکرارپذیر و مقیاس‌پذیر در حوزه‌های نوآوری محور خلق می‌شود.^۱ تامپسون (۱۹۶۵) نوآوری را خلق، پذیرش و پیاده‌سازی ایده‌ها، فرایندها، محصولات یا خدمات جدید می‌داند. وانگ و همکاران (۲۰۰۸) بیان می‌کنند که نوآوری می‌تواند به‌عنوان کاربرد مؤثر فرایندها و محصولات جدید برای سازمان که برای کسب منفعت سازمان و ذی‌نفعان آن طراحی شده، تعریف شود.^۲ استارت‌آپ‌ویکند رویدادی است که این موضوع را با سازماندهی یک مسابقه با دسترسی آزاد تسهیل می‌کند. در این رویداد شرکت‌کنندگان افراد جدید را ملاقات می‌کنند، بر روی محصولات کار می‌کنند و در طی آخر هفته، استارت‌آپ خود را راه‌اندازی می‌کنند.^۳ رویدادهای استارت‌آپی نه تنها به شرکت‌کنندگان کمک می‌کنند بلکه باعث شکوفایی چشم‌انداز استارت‌آپی منطقه‌ای هم می‌شوند. رویدادها باعث افزایش آگاهی و درک افراد جامعه شده است.^۴

یاسویوکی و کارن^۵ در بررسی اکوسیستم استارت‌آپی سنت لویس^۶، ارتباط بین کارآفرینان و سایر بازیگران اصلی را چهار سطح دسته‌بندی می‌کنند. آنها علاوه بر تأکید بر اهمیت روابط مریدان، رویدادهای بازکارآفرینی از جمله استارت‌آپ‌ویکند را با ارزش می‌دانند. به اعتقاد آنها در کنار سازمان‌های پشتیبان و سایر گروه‌ها، مجموعه‌ی چنین رویدادهایی به‌طور اساسی ارتباطات را افزایش داده است. ویراندز (۲۰۱۹) رقابت‌های نوآوری را راهبردی مؤثر برای بقای نوآوری در دهه‌های اخیر می‌داند؛ این مطالعه مشخص می‌کند که سازگاری‌های محلی چارچوب رویداد در خروجی رویداد مؤثر است. تامپسون و ایلی^۷ با تحلیل بخش‌های ویدئویی تمرین‌های واقعی رویداد استارت‌آپ‌ویکند پناه‌جویان در آمستردام هلند این رویداد را از دیدگاه قوم‌شناسی بررسی کردند. هدف از این تحقیق، نظریه‌پردازی بیشتر در زمینه ماهیت یادگیری کارآفرینی بود. آنها دریافتند که یادگیری کارآفرینی از طریق تمرین‌ها و برقراری روابط آنها صورت می‌گیرد. مقدسی (۱۳۹۹) به بررسی آسیب‌ها و فرصت‌های نهفته در ظهور «کارآفرینی فن پایه» با نام کسب و کارهای

1. Blank, & Dorf, (2010).

2. Baregheh, Rowley & Sambrook, (2009).

3. Wijbrands, (2019).

4. Treutinger, (2017).

5. Yasuyuki & Karren, (2017).

6. St. Louis

7. Thompson & Illes, (2020).

نوپا (استراتاپ‌ها) در عرصه‌های اقتصادی، سیاسی و امنیتی کشور پرداخت. به عقیده وی موضوع استراتاپ‌ها در چرخه‌ی سیاست‌گذاری هنوز در مرحله‌ی مسئله‌شناسی بوده و در برخی از لایه‌ها به صورت ناقص در دستور کار سیاست‌گذاری قرار دارد. برخی از محققین داخلی^۱ نیز بدون اینکه اسمی از استراتاپ‌ویکنند ببرند، اهمیت رویدادها را در قالب مفاهیمی از قبیل همایش‌های کارآفرینی، کارگاه‌های کارآفرینی و تعامل با کارآفرینان متذکر شده‌اند.

با توجه به هدف پژوهش حاضر، موارد یادشده کمتر به شناسایی عوامل موثر بر اثربخشی رویدادهای استراتاپی در استراتاپ‌ویکنند توجه می‌کنند و بیشتر به تعریف رویدادهای استراتاپی و ارتباط آن با کارآفرینی و نوآوری معطوف‌اند. این درحالی است که توجه به شناسایی عوامل اثرگذار در رویدادهای استراتاپی بسیار حائز اهمیت می‌باشد. تحقیقات راجع به عوامل اثربخش در رویدادهای استراتاپی به نسبت پراکنده است.

روش‌شناسی

پژوهش از آن‌جایی که هر پژوهشی را می‌توان از سه حیث نتیجه، هدف و نوع داده مورد تجزیه و تحلیل قرار داد و براین اساس ترکیب‌های مختلف از لحاظ نتیجه، هدف و نوع داده قابل‌تصور خواهد بود، پژوهش حاضر از لحاظ نتیجه، کاربردی قلمداد می‌شود؛ زیرا به دنبال شناسایی عوامل موثر بر اثربخشی رویدادهای استراتاپی در استراتاپ‌ویکنند است. از لحاظ هدف انجام، جزء تحقیقات توصیفی و از نوع میدانی است. روش‌شناسی پژوهش حاضر از نوع ترکیبی (آمیخته) است. در واقع رویکرد پژوهشی این مطالعه به لحاظ منطق گردآوری داده‌ها از نوع استقراء-قیاسی است؛ بدین منظور از طریق انجام مصاحبه با ۱۵ نفر از برگزارکنندگان رویدادهای استراتاپی، صاحبان استراتاپ و اساتید دانشگاهی حوزه کسب و کار استراتاپی تلاش شد مدل الگواره تحقیق طراحی شود که در جدول (۱) مشخصات مشارکت‌کنندگان بخش کیفی پژوهش ارائه شده است. در بخش دوم (کمی) پژوهش، جامعه آماری شامل شرکت‌کنندگان استراتاپ، کادر اجرایی برگزارکننده استراتاپ، منتور، داور و تسهیل‌گر استراتاپ به صورت هدفمند بودند که در هر رویداد استراتاپ‌ویکنند در بازه زمانی پژوهش حدوداً بین ۵۰ تا ۱۰۰ نفر

شرکت داشتند. چنانچه جمعیت بیش از ۲۰۰۰ نفر باشد، حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران برابر ۳۸۴ نفر است؛ از این رو تعداد ۴۰۰ پرسشنامه الکترونیکی توزیع گردید تا تأثیر عوامل موثر بر رویدادهای استارت‌آپی مورد سنجش قرار گیرد.

به منظور شناسایی شاخص‌های متغیرها، از روش‌های زیر برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است: (۱) بررسی و مطالعه کتب و پایان‌نامه‌هایی که در رابطه با این پژوهش نگاشته شده است؛ (۲) استفاده از مقالات داخلی و خارجی پیرامون موضوع؛ (۳) مصاحبه حضوری با برگزارکنندگان رویدادهای استارت‌آپی، صاحبان استارت‌آپ و اساتید دانشگاهی؛ و (۴) استفاده از پرسشنامه الکترونیکی به عنوان مهم‌ترین ابزار جمع‌آوری داده. ابزار گردآوری اطلاعات در بخش کیفی، پرسشنامه نیمه‌ساختاریافته و مصاحبه به صورت میدانی بوده است.

در بخش کمی و اعتبارسنجی مدل استخراج شده، از پرسشنامه الکترونیکی استفاده شده است. برای جمع‌آوری اطلاعات موردنظر جهت آزمون روابط و سنجش نظرات از یک پرسشنامه استفاده گردید. پایایی متغیرهای تحقیق توسط شاخص‌های آلفای کرونباخ با میزان استاندارد بالای ۰/۷ و پایایی ترکیبی (CR) با میزان استاندارد بالای ۰/۷ و میانگین واریانس توسعه یافته (AVE) با میزان استاندارد بالای ۰/۵ با استفاده از نرم افزار Smart-PLS بررسی شد. مقدار ضریب پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ برای تمامی ابعاد مدل مورد مطالعه بیش‌تر از ۰/۷ است و از این رو می‌توان ادعا کرد که پرسشنامه از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

یافته‌ها

نتایج بخش کیفی

(۱) معرفی الگوی مفهومی پژوهش

بعد از بررسی پیشینه پژوهش و مطالعه الگوهای ارائه شده از منابع داخلی و خارجی، تعدادی از متغیرهای مشترک که عمدتاً در اغلب الگوها تکرار شده و مورد توجه بیشتر صاحب‌نظران بوده و هم‌چنین با توجه به ابعاد و اهداف سازمان‌های دانش‌محور هم‌راستا بوده است، شناسایی و با انجام مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۵ نفر از خبرگان مجرب حوزه رویدادهای استارت‌آپی تلاش شد، مدل الگوواره پژوهش طراحی شود. در جدول شماره (۲) خلاصه‌ای از مولفه‌های اصلی و فرعی پژوهش را به منظور شناسایی عوامل موثر بر رویدادهای استارت‌آپی که براساس

نظر خبرگان و از طریق کدگذاری باز، محوری و انتخابی صورت یافته است، نمایان شده است.

جدول ۱- مشخصات مشارکت کنندگان بخش کیفی پژوهش

جنس	حوزه تخصص	تحصیلات
مرد	صاحب استارتاپ	فوق لیسانس
مرد	صاحب استارتاپ	لیسانس
مرد	برگزارکننده رویداد	فوق لیسانس
مرد	استاد دانشگاه	دکتر
زن	استاد دانشگاه	دکتر
زن	برگزارکننده رویداد	فوق لیسانس
زن	صاحب استارتاپ	دکتر
مرد	استاد دانشگاه	دکتر
مرد	استاد دانشگاه	دکتر
مرد	صاحب استارتاپ	دکتر
مرد	صاحب استارتاپ	دکتر
زن	برگزارکننده رویداد	فوق لیسانس
زن	برگزارکننده رویداد	فوق لیسانس
مرد	صاحب استارتاپ	دکتر
مرد	صاحب استارتاپ	فوق لیسانس

۲) کدگذاری باز و کدگذاری محوری

در این مرحله، محقق با مرور مجموعه داده‌های گردآوری شده، تلاش می‌کند که مفاهیم مستتر در مصاحبه‌ها را باز شناسد^۱. در جدول (۲)، به شرح و بررسی کدگذاری‌های باز پرداخته شده است. نتایج حاصل از کدگذاری باز در قالب ۶۲ کد باز از میان ۱۰۰ مفهوم شناسایی شده است.

۳) کدگذاری محوری

در کدگذاری محوری، مقوله‌های جدا از هم در چارچوبی معنادار در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند

1. Corbin & Strauss, (2008).

و روابط میان آن‌ها، به‌ویژه رابطه مقوله محوری با سایر مقوله‌ها، مشخص می‌شود.^۱ نتایج حاصل از کدگذاری محوری در جدول شماره (۲) نشان داده شده است. مشاهده می‌گردد ۶۲ کد اولیه از کدگذاری باز در قالب ۱۲ مقوله محوری به شرح ذیل دسته‌بندی شده‌اند.

۴) کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی، فرایند یکپارچه‌سازی و تصفیه نظریه است.^۲ برای یکپارچه‌سازی و ارائه مدل نهایی عوامل موثر بر اثربخشی رویدادهای استارت‌آپی در استارت‌آپ ویکنند پس از شناسایی مقوله محوری و ربط دادن سایر مقوله‌ها در قالب پارادایم نظام‌مند نظریه‌سازی زمینه‌ای، به پالایش الگوی طراحی شده و پروراندن عوامل اصلی اقدام و مدل نهایی پژوهش به شکل ذیل به دست آمد (شکل (۱)).

جدول ۲- کدگذاری باز، محوری و انتخابی

کدگذاری انتخابی	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	
زیرساخت رویداد	شناخت ویژگی‌های مخاطب	سطح بلوغ اکوسیستم	شرایط علی
	وجود دانشگاه‌های کارآفرین		
	وجود ساختارها و فرایندهای پیش و پس از رویداد		
	جایگاه و اهمیت رویداد در اکوسیستم	شرایط اقتصادی	
	تنگناهای اقتصادی		
	رکود اقتصادی		
	توسعه اقتصاد دانش بنیان		
	نرخ بیکاری	ساختار سیستم	
	ضریب نفوذ اینترنت		
شبکه تأمین مالی			

1. Corbin & Strauss, (2008).

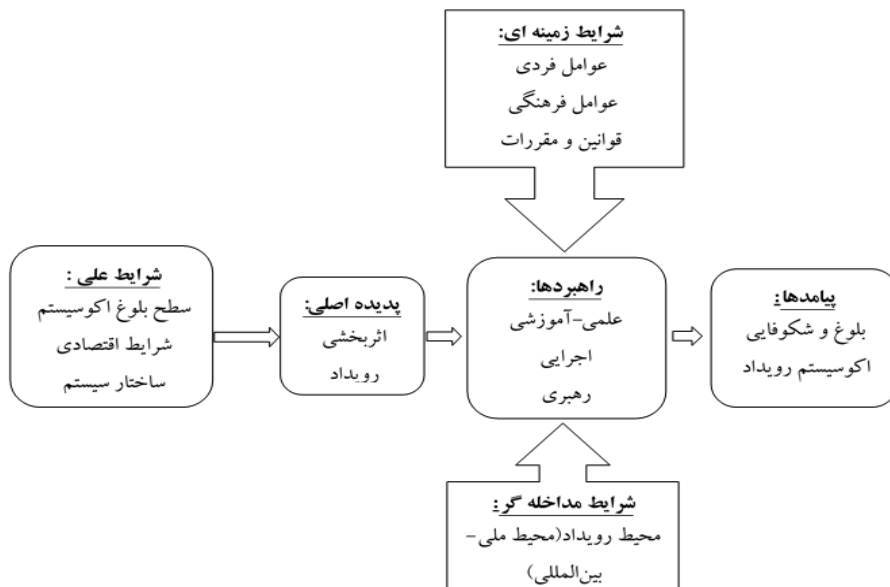
2. Corbin & Strauss, (2008).

کدگذاری انتخابی	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	
زمینه رویداد	سطح دانش و مهارت	عوامل فردی	شرایط زمینه‌ای
	ریسک‌پذیری		
	میزان تمایل به کارآفرینی		
	میزان آشنایی با رویداد		
	انگیزش	عوامل فرهنگی	
	فرهنگ کار داوطلبی		
	شناخت ویژگی‌های نسل جدید		
	بلوغ فرهنگی صاحبان کسب و کار		
	وجود سرمایه‌گذار خطرپذیر		
	بلوغ فرهنگی مردم در همکاری	قوانین و مقررات	
محدود کردن استارت‌آپ			
حمایت از مالکان فکری			
اثربخشی رویداد	شبکه‌سازی	اثربخشی فردی - اجتماعی	پدیده اصلی
	طراحی رویداد و آموزش‌های مکمل پیش و پس از رویداد		
	اخذ بازخورد جهت اصلاح		
	حضور کارآفرینان موفق		
محیط رویداد	میزان توانمندی در خلق مدل کسب و کار	محیط ملی - بین‌المللی	شرایط مداخله‌گر
	دخالت ارگان‌ها و نهادهای برگزارکننده رویداد		
	ممیزی‌ها		
	سیاست‌گذاری		
	تسهیل همکاری‌های بین‌المللی		
	تحریم‌ها		
نقش حاکمیتی دولت در حمایت از اکوسیستم			

کدگذاری انتخابی	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	
استراتژی رویداد	موضوع رویداد	علمی - آموزشی رویداد	راهبردها
	کیفیت نیروی انسانی رویداد		
	استفاده از تکنیک‌های اثربخشی		
	کیفیت محتوای آموزشی		
	پوشش کامل موضوعات	اجرای رویداد	
	تناسب و همخوانی اجزاء و مؤلفه‌ها		
	شور و هیجان در رویداد		
	فضای فیزیکی رویداد		
	موقعیت مکانی سالن رویداد	رهبری رویداد	
	هدف‌گذاری رویداد		
	عیب یابی و بومی‌سازی		
	نوع و کیفیت حمایت‌ها		
حفظ ارتباطات بعدی با مخاطبین	فردی - اجتماعی		
آماده‌سازی قبلی مخاطبین			
کسب مهارت حل مسئله			
سنجش فردی			
بلوغ و شکوفایی اکوسیستم استارت‌آپی	افزایش سطح یادگیری	فردی - اجتماعی	پیامدها
	رفاه و زندگی بهتر		
	اشتغال		
	ظهور استارت‌آپ موفق		
	جامعه‌سازی		
	کسب تجربه		
	تغییر نگرش و ایجاد انگیزه		
	آشناسازی جوانان		
	فرهنگ‌سازی		
	ارتقاء توانمندی‌ها		

بر اساس مدل پارادایمی فوق فرضیه‌های زیر مطرح می‌شود:

- فرضیه اول: زیرساخت رویداد استارت‌آپی تأثیر مثبت و معناداری بر اثربخشی رویداد دارد
- فرضیه دوم: اثربخشی رویداد استارت‌آپی تأثیر مثبت و معناداری بر استراتژی رویداد دارد
- فرضیه سوم: استراتژی رویداد استارت‌آپی تأثیر معناداری بر بلوغ و شکوفایی رویداد دارد
- فرضیه چهارم: محیط رویداد استارت‌آپی تأثیر مثبت و معناداری بر اثربخشی رویداد دارد
- فرضیه پنجم: زمینه رویداد استارت‌آپی تأثیر مثبت و معناداری بر اثربخشی رویداد دارد
- فرضیه ششم: محیط رویداد استارت‌آپی تأثیر مثبت و معناداری بر استراتژی رویداد دارد
- فرضیه هفتم: زمینه رویداد استارت‌آپی تأثیر مثبت و معناداری بر استراتژی رویداد دارد
- فرضیه هشتم: محیط رویداد استارت‌آپی تأثیر مثبت و معناداری بر بلوغ و شکوفایی رویداد دارد
- فرضیه نهم: زمینه رویداد استارت‌آپی تأثیر مثبت و معناداری بر بلوغ و شکوفایی رویداد دارد
- فرضیه دهم: زیرساخت رویداد استارت‌آپی تأثیر معناداری بر بلوغ و شکوفایی رویداد دارد
- فرضیه یازدهم: زیرساخت رویداد استارت‌آپی تأثیر مثبت و معناداری بر زمینه رویداد دارد



شکل ۱- مدل پارادایمی عوامل موثر بر اثربخشی رویدادهای استارت‌آپی

منبع: محقق ساخته

نتایج بخش کمی تحقیق

برای بررسی کیفیت یا اعتبار مدل از بررسی اعتبار که شامل شاخص بررسی اعتبار اشتراک^۱ و شاخص بررسی اعتبار افزونگی^۲ می‌باشد، استفاده شده است. شاخص اشتراک، کیفیت مدل اندازه‌گیری هر بلوک را می‌سنجد. شاخص افزونگی که به آن (شاخص استون و گیسر^۳) نیز می‌گویند، مقادیر مثبت این شاخص‌ها، نشانگر کیفیت مناسب و قابل قبول مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌باشد^۴. نتایج نشان داد شاخص‌ها مثبت و بزرگ‌تر از صفر می‌باشد. می‌توان گفت مدل از کیفیت و اعتبار قابل قبولی برخوردار است. برای آزمون کلی کیفیت مدل ساختاری، تنن هاوس و همکاران (۲۰۰۵) شاخص کلی برازش^۵ (GOF) را برای بررسی برازش مدل معرفی نموده‌اند. ملاک کلی برازش را می‌توان با محاسبه میانگین هندسی میانگین مقادیر اشتراکی^۶ و ضریب تعیین (R^2) به دست آورد. برای این شاخص، مقادیر ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب ضعیف، متوسط و قوی توصیف شده است. پس از انجام محاسبات، مقدار شاخص GOF و ضریب تعیین (R^2) به ترتیب عددی برابر ۰/۳۲ و ۰/۸۲۵ به دست می‌آید که شاخصی قوی است و نشان از کیفیت بالای کلی مدل دارد. اثر متغیرهای مورد بررسی در هر یک از فرضیه‌های تحقیق بر اساس یک ساختار علی با تکنیک حداقل مربعات جزئی PLS آزمون شده است. در مدل کلی تحقیق که در شکل (۲) ترسیم شده است مدل اندازه‌گیری (اثر هر یک از متغیرهای قابل مشاهده با متغیر پنهان) و مدل ساختاری (روابط متغیرهای پنهان با یکدیگر) محاسبه شده است. برای سنجش معناداری روابط نیز آماره t با تکنیک بوت استرپینگ محاسبه شده است که در شکل (۳) ارائه شده است. در این مدل که خروجی نرم افزار Smart-PLS است، خلاصه نتایج مربوط به معناداری بار عاملی استاندارد و معناداری روابط متغیرهای تحقیق ارائه شده است.

1. CV Com

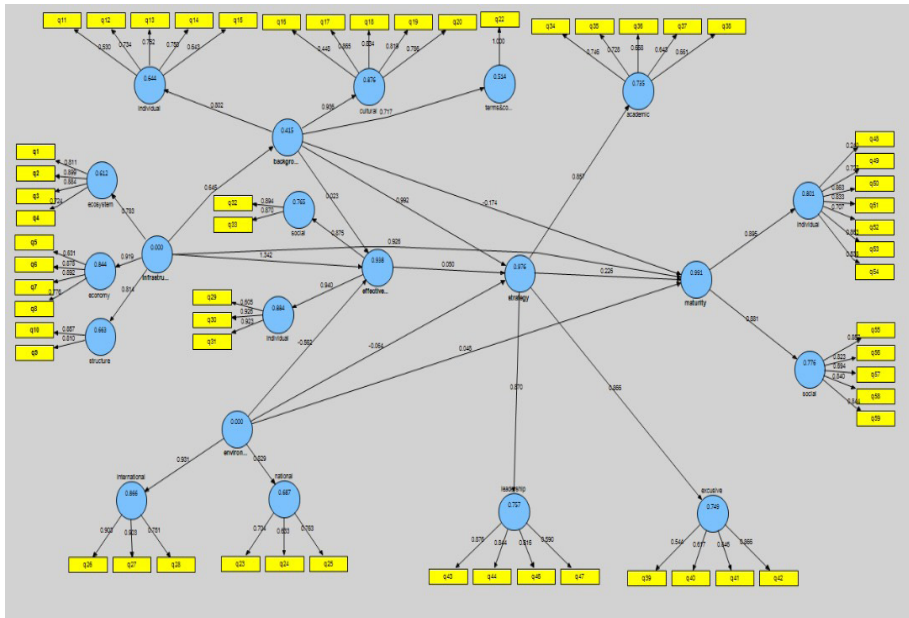
2. CV Red

3. Stone and Geisser Criterion

4. Henseler, Ringle & Sinkovics, (2009).

5. Goodness of Fit

6. Communality



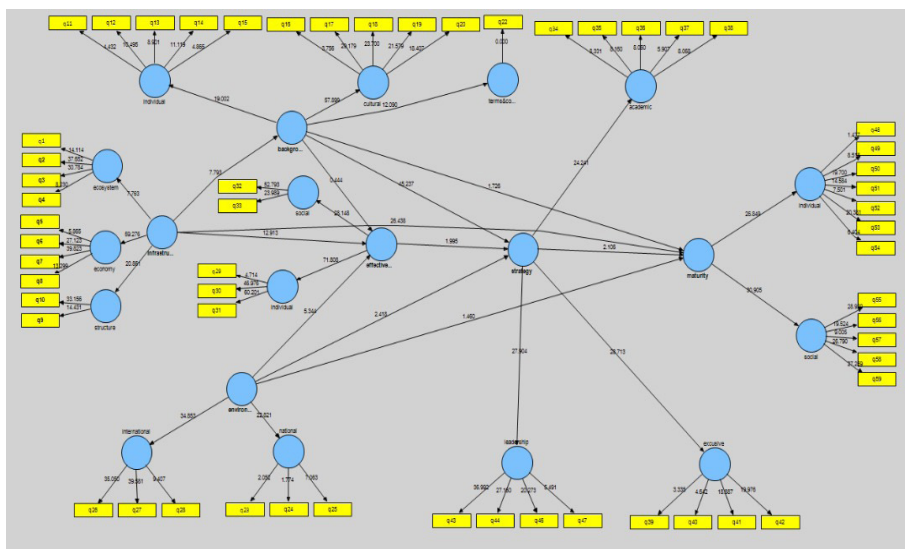
شکل ۲- مدل کلی پژوهش با تکنیک حداقل مربعات جزئی

در ادامه با توجه به خروجی مدل مفهومی پژوهش در جدول (۳) به بیان و بررسی فرضیه پژوهش پرداخته می شود.

جدول ۳- خلاصه نتایج فرضیات پژوهش

متغیر	شاخص های آماری	ضریب مسیر	آماره t	تایید یارد
	زیرساخت رویداد ← اثربخشی رویداد	۱/۳۴	۱۲/۹۱	تایید
	اثربخشی رویداد ← استراتژی رویداد	۰/۰۵۰	۱/۹۹	تایید
	استراتژی رویداد ← بلوغ و شکوفایی رویداد	۰/۲۲	۲/۱۰	تایید
	محیط رویداد ← اثربخشی رویداد	۰/۵۶	۵/۳۴	تایید
	زمینه رویداد ← اثربخشی رویداد	۰/۰۲۳	۰/۴۴۴	تایید
	محیط رویداد ← استراتژی رویداد	۰/۰۶۴	۲/۴۱	تایید
	زمینه رویداد ← استراتژی رویداد	۰/۰۹۹	۴۵/۲۳	تایید
	محیط رویداد ← بلوغ و شکوفایی رویداد	۰/۰۴۸	۱/۴۶	تایید

متغیر	شاخص‌های آماری	ضریب مسیر	آماره t	تایید یارد
زمینه رویداد ← بلوغ و شکوفایی رویداد		۰/۱۷۴	۱/۷۲	تایید
زیرساخت رویداد ← بلوغ و شکوفایی رویداد		۰/۹۲	۲۶/۴۳	تایید
زیرساخت رویداد ← بلوغ و شکوفایی رویداد		۰/۶۴	۷/۷۹	تایید



شکل ۴- آماره تی مدل کلی پژوهش با تکنیک بوت استرایپینگ

بحث و نتیجه‌گیری

در مطالعات کارآفرینی، ارتباط بین استارتآپ ویکنند و اثربخشی استارتآپ، موضوع مدنظر محققان و متخصصان بوده است. اهمیت ایجاد و توسعه استارتآپ‌ها سال به سال بیشتر می‌شود و این موضوع در افزایش تعداد سازمان‌های درگیر و مرتبط با این پدیده قابل مشاهده است. استارتآپ‌ها در محیط‌های پویا با تغییرات سریع شکل می‌گیرند و نقشی حیاتی در ایجاد رقابت، القای نوآوری و پشتیبانی از پیدایش حوزه‌های نوظهور دارند از این رو دولت‌ها نیز باید در جهت شناسایی و کمک به استارتآپ‌های نوآور تلاش کنند. در این تحقیق به شناسایی عوامل موثر بر اثربخشی رویدادهای استارتآپی در استارتآپ ویکنند پرداخته شده است.

با توجه به مصاحبه‌های انجام شده و نظرات به دست آمده از خبرگان، در نهایت ۱۲ مقوله استخراج شده است. که این مقوله‌ها براساس شناختی که خبرگان نسبت به عوامل موثر در اثربخشی رویدادهای استارت‌آپ‌ی داشته‌اند، به دست آمده است. یافته‌های بخش کیفی در چند بخش مختلف مطرح شد که در بخش یافته‌ها (جدول (۲)) آورده شده است. کدهای مربوطه در سه بخش جداگانه باز، محوری و انتخابی استخراج شدند و بیانگر این امر بوده است که متغیرهای شناسایی شده در جامعه مورد مطالعه، قابل استفاده و نتیجه‌گیری خواهد بود. به دلیل انطباق آن با یافته‌های حاصل از تحلیل کیفی، رضایت بخش بودن شاخص‌های برازش الگو و معنی دار بودن برآوردهای آماری آن، ارائه شده است. براساس مقوله‌های به دست آمده به بررسی پیشینه تحقیق پرداخته شده است. زیرساخت رویداد شامل فراهم کردن شرایط اقتصادی، بلوغ اکوسیستم و زیرساخت مناسب است که در این فرضیه تأثیر مثبت و معناداری بر اثربخشی رویداد استارت‌آپ‌ی داشت، این موضوع با یافته‌های پژوهش لمپل و می‌یر^۱ همسو بود، در این پژوهش نقش شرایط اقتصادی، مسیرهای فناوری، بازار، صنایع و تخصص‌ها مهم قلمداد شد. هر زمان صحبت از اثربخشی می‌شود نگاه به سمت بهره‌وری است، از آنجا که دستیابی به بهره‌وری یک اولویت است، اثربخشی رویداد استارت‌آپ‌ی از این قاعده مستثنی نبوده و دستیابی به آن در گرو وجود نگاه بلندمدت به رویداد است، چرا که رویدادهای اثربخش دارای استراتژی اثربخش نیز هستند، این مفهوم با تحقیق روندتری (۲۰۱۶)، سیلوریا و همکاران (۲۰۱۷) و ویراندر (۲۰۱۹) همسو بود. در هر سه پژوهش به مفهوم زمان اشاره شده بود، به نظر می‌رسد وجود آینده‌نگری به کسب و کار و استارت‌آپ‌ی شاه‌راه موفقیت و اثربخشی است و اثربخشی رویداد مبتنی بر وجود زمان است، در این راستا در تحقیقات مذکور عواملی مانند محدودیت زمانی، اخذ بازخورد و غیره در مسیر رویداد مطرح شده است که در جمع‌بندی این بخش می‌توان مسیر رویداد اثربخش را وابسته به استراتژی اثربخش دانست. وجود یک استراتژی مناسب در کسب و کار و به خصوص مبحث استارت‌آپ‌ی نقش ضروری بر بلوغ و شکوفایی اکوسیستم استارت‌آپ‌ی و رویدادهای آن دارد. این مورد به شکلی کامل در بیشتر رویدادهای استارت‌آپ‌ی مطرح است که نبود نقشه راه مسیر رویدادها را تغییر می‌دهد و تفکرات را از تمرکز به سطحی‌نگری هدایت می‌کند. یافته‌های پژوهش با تحقیقات لمپل و

1. Lampel & Meyer, (2008).

می‌یر (۲۰۰۸)، استم^۱، روندتری (۲۰۱۶) و تحقیق سیلوریا و همکاران (۲۰۱۷) و ویراندز (۲۰۱۹) همسو بود. در جمع‌بندی این بخش به نظر می‌رسد موفقیت و بلوغ اکوسیستم استارت‌آپی وابسته به استراتژی و نقشه راه رویدادهای استارت‌آپی است. در زمینه رویداد و کسب وکارهای ایجادشده نقش محیط به خوبی مطرح است، گاهی محیط‌ها و کشورهایی که در مسیر توسعه بودند و گاهی کشورهای توسعه‌یافته رویدادهای موفق اجرا کردند، نمی‌توان محیط را نادیده گرفت در این راستا در هر دو پژوهش پولیو^۲ و ویراندز (۲۰۱۹) محیط‌های مختلف و تأثیر متفاوت بر رویداد را مطرح کرده بودند، به نظر می‌رسد نقش و بررسی محیط و مشکلات هر جامعه با جامعه دیگر متفاوت است و رویدادهای متفاوتی نیز مورد نیاز است که در این راستا محیط‌شناسی درست می‌تواند زمینه اثربخشی پویا را فراهم آورد. صحبت از زمینه رویداد استارت‌آپی در واقع بحث پیرامون قوانین و مقررات، فرهنگ و عوامل فردی است و این مورد تأثیر معناداری بر اثربخشی رویداد ندارد، همان‌طور که اشاره شد هر زمان صحبت از اثربخشی می‌شود نگاه به سمت بهره‌وری است، از آنجا که دستیابی به بهره‌وری یک اولویت است، اثربخشی رویداد استارت‌آپی از این قاعده مستثنی نبوده و دستیابی به آن بسیار مشکل است، از این رو به نظر می‌رسد با توجه به نوآوری در متغیرهای تحقیق حاضر این مفهوم یعنی زمینه رویداد نتوانسته بر اثربخشی رویداد اثر داشته باشد چرا که عوامل زمینه‌ای رویداد مبتنی بر فرد محوری، فرهنگ و قوانین و مقررات اشاره دارد، زیرا مفهوم رویداد در مفهوم گروه محوری، سطح پایین قوانین و مقررات و فرهنگ مشارکتی است، در این راستا پژوهش‌های سروانتس و بونی نردی (۲۰۱۲) و روندتری (۲۰۱۶) با یافته‌های پژوهش حاضر همسو نبود که براین اساس می‌توان به نقش متفاوت زمینه‌های رویداد به خصوص نقش فرهنگ و قوانین و مقررات اشاره داشت و در اثربخشی رویداد به ابعادی دیگر در اثربخشی رویداد توجه کرد. از آنجا که نقش محیط در تدوین استراتژی بسیار مورد اهمیت است، محیط رویداد استارت‌آپی می‌تواند تأثیر مثبتی بر استراتژی رویداد داشته باشد این مفهوم با یافته‌های پژوهشی ویراندز (۲۰۱۹) و استم (۲۰۱۰) همسو بود، به نظر می‌رسد نقش کارآفرینی با محیط کارآفرینی همراستا است و استراتژی‌ها از محیط تأثیر می‌پذیرند و به جهت موفقیت استراتژی‌های رویداد استارت‌آپی بایستی به محیط توجه ویژه‌ای داشت. زمینه رویداد شامل قوانین و مقررات،

1. Stam, (2010).

2. Pollio, (2019).

فرهنگ و عوامل فردی است و این مورد بر استراتژی رویداد استارت‌آپی تأثیر دارد در این راستا تحقیقات استم (۲۰۱۰) و روی سروانتس و بونی نردی (۲۰۱۲) همراستا بود به نظر می‌رسد با توجه به نقش قوانین و مقررات، توجه به فرهنگ و عوامل فردی بتوانیم استراتژی‌های منظمی را برای برگزاری رویداد تدوین کنیم، همچنین در تدوین استراتژی‌های رویداد نقش محیط‌شناسی و به خصوص توجه به ابعاد فرهنگی بسیار مهم قلمداد می‌شوند. بدون شک توجه به ابعاد محیطی به‌عنوان زیرساخت رویداد زمینه بلوغ اکوسیستم که هدف نهایی رویداد است را فراهم می‌کند، در این راستا محیط‌شناسی خوب نقشی بسیار مهم در بلوغ اکوسیستم دارد، اما نقش محیط رویداد استارت‌آپی تأثیر مثبت و معناداری بر بلوغ و شکوفایی اکوسیستم استارت‌آپی نداشت در این راستا نزدیک‌ترین پژوهش‌ها پولیو (۲۰۱۹) و ویراندز (۲۰۱۹) بودند که به تأثیر نقش محیط بر رویداد منطقه‌ای خود اشاره داشتند، این مضمون نشان می‌دهد که بررسی ابعاد محیطی و ایجاد استراتژی مناسب تنها نمی‌تواند بلوغ و شکوفایی اکوسیستم استارت‌آپی را فراهم سازد و مفهوم دستیابی به بلوغ و شکوفایی آن وابسته به موارد بیشتری است. همان‌طور که در فرضیات پیشین شرح داده شد صحبت از زمینه رویداد استارت‌آپی در واقع بحث پیرامون قوانین و مقررات، فرهنگ و عوامل فردی است و در این فرضیه زمینه رویداد استارت‌آپی تأثیر مثبت و معناداری بر بلوغ و شکوفایی اکوسیستم استارت‌آپی دارد، در بعد بلوغ و شکوفایی اکوسیستم استارت‌آپی مهارت حل مسئله، سنجش فردی، افزایش سطح یادگیری، رفاه و زندگی بهتر، اشتغال، ظهور استارت‌آپ موفق، جامعه‌سازی، کسب تجربه، تغییر نگرش و ایجاد انگیزه، آشناسازی جوانان، فرهنگ‌سازی و ارتقاء توانمندی‌ها مطرح هستند، این تأیید فرضیه و معناداری همراستا با پژوهش تامپسون و ایلی (۲۰۲۰) است. به نظر می‌رسد نقش عوامل زمینه‌ای خصوصاً فرهنگ و عوامل فردی تأثیر زیادی جهت دستیابی به بلوغ و شکوفایی اکوسیستم استارت‌آپی دارد، هرچند تحقیق مربوط به بحث پیرامون قوانین و مقررات مشاهده نشد، در نتیجه بلوغ و شکوفایی اکوسیستم استارت‌آپی نیازمند توجه به ابعاد زمینه‌ای رویداد است. زیرساخت رویداد شامل فراهم کردن شرایط اقتصادی، بلوغ اکوسیستم و زیرساخت مناسب است که در این فرضیه تأثیر مثبت و معناداری بر بلوغ و شکوفایی رویداد استارت‌آپی مشاهده شد، در این راستا پژوهش مرتبط مشاهده نشد به نظر می‌رسد وجود زیرساخت مناسب و شرایط اقتصادی و سطح بلوغ تأثیر زیادی بر بلوغ رویداد داشته باشد. شرایط اقتصادی دولت‌ها گاهی تأثیر به‌سزایی در خلق ایده‌های جدید

خواهد گذاشت که این مورد را می‌توان در پژوهش پولیو (۲۰۱۹) مشاهده کرد. به نظر می‌رسد فراهم بودن زیرساخت رویداد، شرایط اقتصادی و بلوغ اکوسیستم گاهی نقش حامی در پس از رویداد دارد که مفهوم استارت‌آپ را به کشورهای توسعه‌یافته می‌برد و گاهی این مفهوم در دل محدودیت‌ها و مناطق محروم خلق می‌شود. همان‌طور که اشاره شد زیرساخت رویداد شامل فراهم کردن شرایط اقتصادی، بلوغ اکوسیستم و زیرساخت مناسب است که در این فرضیه تأثیر مثبت و معناداری بر زمینه رویداد با مفاهیم پیرامون قوانین و مقررات، فرهنگ و عوامل فردی داشتند، با توجه به نوآوری پژوهش حاضر پژوهشی همراستا با پژوهش حاضر مشاهده نشد اما نزدیک‌ترین پژوهش‌ها نشان می‌دهد که شرایط اقتصادی و زیرساخت مناسب توانسته برخی از تغییرات را در قوانین و مقررات و عوامل فردی ایجاد کند، پژوهش سیلوریا و همکاران (۲۰۱۷) تمایل به کارآفرینی را وابسته به زمان دانسته و نشان می‌دهد وجود یک زیرساخت مانند شرایط اقتصادی، زیرساخت‌هایی مانند نگاه بلندمدت به رویداد می‌تواند عوامل فردی و فرهنگ را همراستا با محیط رویداد کند و سبب تغییر شود و در نهایت زمینه رویداد را توسعه دهد.

در تبیین فرضیه اول، دهم و یازدهم تحقیق مبنی بر اینکه زیرساخت رویداد استارت‌آپی تأثیر مثبت و معناداری بر اثربخشی رویداد استارت‌آپی، بلوغ و شکوفایی اکوسیستم استارت‌آپی و نیز زمینه‌ی رویداد دارد پیشنهاد می‌شود دولتمردان و سیاست‌گذاران، توجه ویژه‌ای به ایجاد زیرساخت مناسب توسعه‌ی زیست‌بوم استارت‌آپی در برنامه‌ریزی‌های بلندمدت از جمله سند چشم‌انداز و سایر اسناد بالادستی داشته باشند. تأمین زیرساخت مناسب در اولویت تخصیص بودجه و در رأس برنامه‌ها و طرح‌های استانی قرارگیرد. در راستای فرضیه دوم تحقیق مبنی بر اینکه اثربخشی رویداد استارت‌آپی تأثیر مثبت و معناداری بر استراتژی رویداد استارت‌آپی دارد؛ لازم است دولت‌ها تسهیلات و مشوق‌های جذاب برای ورود علاقه‌مندان به عرصه کسب و کارهای نوپا ارائه دهند. از آن جا که تفاوت‌های فرهنگی نقش مهمی در کارکرد رویداد استارت‌آپی‌ویکند دارد؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود که برگزارکنندگان با آگاهی از این موضوع نسبت به برنامه‌ریزی برگزاری رویداد اقدام کنند تا اثربخشی بالاتری را شاهد باشیم. با توجه به تأیید فرضیه سوم مبنی بر تأثیر مثبت استراتژی رویداد استارت‌آپی بر بلوغ و شکوفایی رویداد، موارد ذیل پیشنهاد می‌شود: اتخاذ راهبرد اصلی با توجه به ماهیت و رویکرد سازمان برگزارکننده، طراحی پیش‌رویدادهای مناسب، برنامه‌ریزی و تدارک برنامه‌های مناسب پس از رویداد، دیدگاه

بلندمدت با توجه به سطح بلوغ اکوسیستم و فرهنگ سازمانی مناسب و بومی سازی رویداد. در تبیین فرضیه چهارم و ششم نتایج تحقیق بیانگر تأثیر مثبت و معنادار محیط رویداد بر روی استراتژی و اثربخشی رویداد است. به دولتمردان و تصمیم‌گیرندگان در دانشگاه‌ها و مراکز علمی و تحقیقاتی و نیز صنایع و کسب و کارها پیشنهاد می‌شود تا با شناسایی و بررسی اجزای کلیدی محیطی درگیر در موضوع مد نظر، نقشه‌ی روابط اجزای محیط ترسیم و درک صحیحی از زیست‌بوم منحصر به فرد هر منطقه حاصل شود. در تبیین فرضیه هفتم و نهم مبنی بر تأثیر مثبت و معنادار زمینه رویداد بر استراتژی و بلوغ و شکوفایی اکوسیستم استارت‌آپی، پیشنهاد می‌شود که قانون‌گذاران و مجریان قانون با لحاظ اهمیت جایگاه شرکت‌های نوپا ساده‌سازی و تسهیل قوانین در جهت افزایش مشارکت و بهبود زیست‌بوم استارت‌آپی را در دستور کار خود قرار دهند. همچنین، تعریف و طراحی برنامه‌های آموزش کارآفرینی از سنین پایین، حتی مهدکودک تا مدرسه و دانشگاه پیشنهاد می‌شود. همچنین، نتایج پژوهش نشان داد که راهبرد رویداد یکی از عوامل مؤثر بر بلوغ و شکوفایی زیست‌بوم استارت‌آپی است؛ بنابراین اتخاذ راهبرد اصلی با توجه به ماهیت و رویکرد سازمان برگزارکننده پیشنهاد می‌شود.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر، پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی ارائه می‌شود. از آن جا که این پژوهش از نظر ماهیت اکتشافی بوده است، می‌توان نتایج آن را به مثابه فرضیه‌هایی دقیق‌تر در پژوهش‌های آتی بررسی کرد. همچنین نظر به اهمیت مقوله فرهنگ و بررسی مقایسه‌ای بافت فرهنگی و اکوسیستم کشورمان با سایر کشورها در درک بهتر کارکرد رویداد راهگشا است. اثربخشی رویداد استارت‌آپ‌ویکند مقوله مهمی است که در این تحقیق به آن پرداخته شد این در حالی است که مؤلفه‌ها و موضوعات دیگری نیز در مورد این رویداد حائز اهمیت هستند که از آن جمله می‌توان به تأثیر رویداد بر میزان قصد کارآفرینی و نقش منتورها در کیفیت رویداد اشاره کرد. مانند هر پژوهش دیگری تمامی دستاوردها و نتایج این پژوهش نیز تحت تأثیر برخی محدودیت‌ها بوده است؛ مانند: (۱) زمان انجام تحقیق مصادف شد با همه‌گیری ویروس کرونا که با توجه به گستردگی آن و محدودیت‌های شدیدی که متعاقب آن ایجاد شد، نه تنها منجر به طولانی شدن فرایند تحقیق، بلکه باعث حاکم شدن محدودیت‌های غیرقابل پیش‌بینی بر روند انجام تحقیق شد؛ (۲) احتمال وجود خطای تأثیرگذار بر پاسخ دهندگان از جمله خطای آسان‌گیری که در آن افراد درجات و امتیاز خیلی زیاد را در نظر می‌گیرند یا خطای تمایل به مرکز

که افراد را به درجات و امتیاز متوسط در پرسشنامه متمایل می‌نماید و یا وجود اثر هاله‌ای که ممکن است یک مورد خاص را به تمامی موارد تعمیم دهد در این تحقیق این دسته از خطاها خارج از کنترل محقق بوده و تأثیر آن در نتایج تحقیق مورد تحلیل قرار نگرفته است؛ (۳) مشکلات تعیین شاخص و تبدیل مقوله‌های کیفی به مقادیر کمی نظیر سنجش میزان تمایل به کارآفرینی؛ (۴) و درنهایت با توجه به اینکه گستره انجام تحقیق کل کشور را شامل می‌شد، تلاش شد تا با ارتباط با سایر استان‌های کشور هم در بخش کیفی و هم در بخش کمی تا حد امکان بخش وسیع‌تری از کل کشور پوشش داده شود. بدیهی است، با توجه به تعدد برگزاری رویداد استارت‌آپ‌ویکند در سطح کشور (که گاهی به حدود هزار رویداد در سال می‌رسد) بسیاری از شهرستان‌ها و مراکز استان‌ها لحاظ نشده باشند.

منابع

- احمدزاده، مریم؛ سالارزهی، حبیب‌ا. و یعقوبی، نورمحمد (۱۳۹۲). «بررسی و تحلیل اثربخشی آموزش کارآفرینی در رشته‌های کارآفرینی با استفاده از مدل ماتریس رضایت»، مجله پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۶(۲۲)، ۱۰۷-۱۳۲.
- شهیک‌تاش، مهیم؛ منصوری، لقمان (۱۳۹۹). «تحلیل شاخص‌های فرهنگی هافستد و بررسی تأثیر آن بر اکوسیستم کارآفرینی دانش بنیان (مطالعه موردی: استان سیستان و بلوچستان)»، دو فصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، ۹(۲)، ۲۵۱-۲۳۳.
- مقدسی، حیدر (۱۳۹۹). «شبکه‌های استارت‌آپ و ارائه‌ی راهبردهای سیاستی»، پژوهشنامه تاریخ، سیاست و رسانه، ۳(۲)، ۱۲۴-۱۰۳.
- مقیم، سید محمد؛ وکیلی، یوسف؛ اکبری، مرتضی (۱۳۹۵). «نظریه‌های کارآفرینی» انتشارات دانشگاه تهران. چاپ سوم.
- منفرد، نوذر؛ یزدان پناه، مسعود؛ زبیدی، طاهره و همایون، سیده بهاره (۱۳۹۹). «بررسی عوامل پیش‌بینی کننده قصد کارآفرینی در بین دانشجویان مرکز آموزش کشاورزی بوشهر با استفاده از تئوری شناختی- اجتماعی و تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده»، راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۷(۱۴)، ۴۲-۳۲.

Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). "Towards a Multidisciplinary Definition of Innovation". *Management Decision*.

Blank, S., & Dorf, B. (2010). "Startup". *Handbook of the Founder*.

Corbin J, Strauss A (2008). "Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory Third edition". Sage Publications, Thousand Oaks CA

- Greco, A., & de Jong, G. (2017). "Sustainable Entrepreneurship: Definitions, Themes and Research Gaps". University of Groningen. Working Paper Series. [https://doi, 10.](https://doi.org/10.1017/9781108708881)
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). "The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing". In *New Challenges to International Marketing*. Emerald Group Publishing Limited.
- Kurpjuweit, S., & Wagner, S. M. (2020). "Startup Supplier Programs: a New Model for Managing Corporate-Startup Partnerships". *California Management Review*, 62(3), 64-85.
- Lampel, J., & Meyer, A. D. (2008). "Field-Configuring Events as Structuring Mechanisms: How Conferences, Ceremonies, and Trade Shows Constitute New Technologies, Industries, and Markets". *Journal of Management Studies*, 45(6), 1025-1035.
- Lichtenthaler, U. (2020). "Agile Innovation: the Complementarity of Design Thinking and Lean Startup". *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology (IJSSMET)*, 11(1), 157-167.
- Nager, C. Nelsen, F. Nouyriyat, (2011). "Startup Weekend: How to Take a Company from Concept to Creation in 54 Hours", John Wiley & Sons.
- Okrah, J., Nepp, A., & Agbozo, E. (2018). "Exploring the Factors of Startup Success and Growth". *The Business & Management Review*, 9(3), 229-237.
- Prasad, S., & Bhat, R. S. (2021, April). "India Industry-University Collaboration-A Novel Approach Combining Technology, Innovation, and Entrepreneurship". In *2021 IEEE Global Engineering Education Conference (EDUCON)* (pp. 373-380). IEEE.
- Pollio, A. (2019). "Forefronts of the Sharing Economy: Uber in Cape Town". *International Journal of Urban and Regional Research*, 43(4), 760-775.
- Pihlajamaa, M., & Merisalo, M. (2021). "Organizing Innovation Contests for Public Procurement of Innovation-a Case Study of Smart City Hackathons in Tampere, Finland". *European Planning Studies*, 29(10), 1906-1924.
- Ruy Cervantes and Bonnie Nardi. (2012). "Building a Mexican Startup Culture Over the Weekends". In *Proceedings of the 4th International Conference on Intercultural Collaboration*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 11-20. DOI:<https://doi.org/10.1145/2160881.2160884>
- Roundtree, K. (2016). "Startup Weekends: Invention as Process for Proto-Entrepreneurs," 2016 IEEE International Professional Communication Conference (IPCC), pp. 1-14, doi: 10.1109/IPCC.2016.7740506.
- Silveira, A., Santino, F., & Olivense, H. (2017). "Entrepreneurial Intention of the Participants of the Startup Weekend: Longitudinal Analysis". *International Journal of Advances in Management and Economics*, 6(1), 90-102.
- Stam, W. (2010). "Industry Event Participation and Network Brokerage Among Entrepreneurial Ventures". *Journal of Management Studies*, 47(4), 625-653.

- Startupgenome, (2020). <https://startupgenome.com/article/state-of-the-global-startup-economy>.
- Thompson, N. A., & Illes, E. (2020). "Entrepreneurial Learning as Practice: a Video-Ethnographic Analysis". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Treutinger, K. (2017). "Startup Events and Their Influence on the Startup Scene: The Case of Skinnovations in Innsbruck". In *ISPIM Conference Proceedings* (pp. 1-13). The International Society for Professional Innovation Management (ISPIM).
- Wijbrands, K. (2019). "Innovation in Eastern and Western Societies": A Qualitative Analysis of Startup Weekend Events in Sweden and Taiwan.
- Yasuyuki, M., & Karren, K. (2017). "Examining the Connections within the Startup Ecosystem: A Case Study of St. Louis". *Entrepreneurship Research Journal*, 7(1).