

بسمه تعالی

شباب دهی و شتاب دهندگان

استارت آپ ها

مدن ها و شاخص ها

به کوشش: امیر رودی - محمدرضا میر

نشر چالش

سروششناسه	:	رودی، امیر، ۱۳۶۸ -
عنوان و نام پدیدآور	:	شتاب‌دهی و شتاب‌دهندگان استارت‌آپ‌ها: مدل‌ها و شاخص‌ها/به کوشش امیر رودی، محمدرضا میر؛ ویراستار علمی روح‌اله کهن هوش نژاد.
مشخصات نشر	:	تهران: چالش، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	:	۲۶۱ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۶۰۱۷-۰۲-۲
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیبا
رِضوع	:	کارآفرینی - ایران
موضوع	:	Entrepreneurship - Iran
موضوع	:	شرکت‌های اقتصادی جدید - ایران
موضوع	:	Success in business - Iran
شناسه آ‌ر‌د	:	میر، محمدرضا، ۱۳۷۲ -
شناسه اف‌ر‌د	:	کهن هوش نژاد، روح‌اله، ۱۳۶۲ - ویراستار
رده‌بندی کنگره	:	۱۳۹۷ش۳/۵/۹ HD۶۲۲
رده‌بندی دیویی	:	۶۵۸/۱۱



موسسه دانش - جان برکت

شتاب‌دهی و شتاب‌دهندگان: استارت‌آپ‌ها

نویسنده: امیر رودی - همد، رضا میر

ویراستار علمی: دکتر روح‌اله کهن هوش نژاد

اجرای طرح جلد: چاووش امور فنی و نگارشی: نشر چالش

چاپ و صحافی: فرشویه

چاپ اول: بهار ۱۳۹۷

شمارگان: ۱۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۰۱۷-۰۲-۲

نشر چالش: تهران، خیابان انقلاب، خ ۱۲ فروردین، خ وحید نظری، شماره ۸۲، طبقه ۵، واحد ۹

تلفن: ۶۶۴۱۴۶۱۰

قیمت: ۲۵۰۰۰ تومان

کلیه حقوق این اثر برای ناشر محفوظ است. هرگونه تکثیر و تولید مجدد آن
کلاً و جزاً بصورت چاپی، کمی، انتشار الکترونیک این اثر بدون اجازه کتبی ناشر
ممنوع و موجب پیگرد قانونی است.

فهرست



۵	مقدمه
۷	فصل اول: وضعیت اکوسیستم کارآفرینی کشور
۹	مقدمه
۱۰	تعریف مفاهیم
۱۰	اکوسیستم
۱۱	کارآفرینی
۱۱	اکوسیستم کارآفرینی
۱۲	اکوسیستم کسب و کار
۱۵	شتاب‌دهنده استارت‌آپ
۱۶	نگاشت اکوسیستم کارآفرینی ایران
۱۷	گستره تحقیق و روش گردآوری اطلاعات
۱۸	بازیگران و نقش‌ها در اکوسیستم فعلی ایران
۲۵	روابط بین بازیگران اکوسیستم کارآفرینی ایران
۲۶	ارائه نقشه تهیه شده و بازخوانی آن با تمرکز بر نقش شتاب‌دهنده در اکوسیستم
۳۶	بررسی اکوسیستم‌های کارآفرینی مطلوب
۳۷	بازیگران فعال در اکوسیستم بین‌المللی کارآفرینی
۵۷	جایگاه و نقش بازیگران فعال
۶۲	ارتباط و تعامل هر یک از بازیگران با شتاب‌دهنده
۶۴	جمع‌بندی انواع روابط
۶۶	شاخص‌های موفقیت تعامل مثبت و سازنده شتاب‌دهنده با دیگر بازیگران
۶۷	مدل تعاملی بهینه شتاب‌دهنده در اکوسیستم کارآفرینی
۶۸	معرفی مدل‌های اکوسیستم کارآفرینی نقاط مختلف دنیا
۷۹	نقاط خلاء موجود در اکوسیستم کارآفرینی ایران
۱۰۷	فصل دوم: شاخص‌های ارزیابی شتاب‌دهنده‌ها
۱۰۹	مقدمه
۱۱۲	تعریف مفاهیم

۱۱۲.....	شتاب‌دهنده
۱۱۸.....	شاخص
۱۲۵.....	ارزیابی
۱۲۶.....	معیارهای موجود ارزیابی شتاب‌دهنده‌ها
۱۲۷.....	دسته‌بندی‌های مختلف شتاب‌دهنده‌ها و معیارهای ارزیابی هر دسته‌بندی
۱۴۰.....	ملاک‌های ارزیابی ذینفعان مختلف
۱۴۷.....	شاخص‌های موجود در مقالات علمی معتبر
۱۶۰.....	نهادهای موسسات ارزیاب و شاخص‌ساز
۱۶۱.....	موسسات و نهادهای ارزیاب و طراح شاخص جهانی (دوره‌ای)
۱۶۸.....	موسسات و نهادهای ارزیاب و طراح شاخص آمریکا (دوره‌ای)
۱۷۱.....	موسسات و نهادهای ارزیاب و طراح شاخص کانادا (غیر دوره‌ای)
۱۷۶.....	موسسات و نهادهای ارزیاب و طراح شاخص استرالیا (غیر دوره‌ای)
۱۷۸.....	موسسات و نهادهای ارزیاب و شاخص‌ساز ایران
۱۷۹.....	شتاب‌دهنده‌های برتر
۱۷۹.....	شتاب‌دهنده‌های برتر غیر ایرانی
۱۸۵.....	شتاب‌دهنده‌های مشهور ایرانی
۱۹۵.....	ضمیمه فصل دو: نگاهی به داخل شتاب‌دهنده‌ها
۲۱۵.....	فصل سوم: مدل‌های کسب‌وکار و تامین مالی شتاب‌دهنده‌ها
۲۱۷.....	مقدمه
۲۱۸.....	روندها و آینده شتاب‌دهنده‌ها
۲۲۲.....	راهکارهای بقا (درآمدزایی) شتاب‌دهنده‌ها قبل از بلوغ
۲۲۵.....	مهمترین مخارج شتاب‌دهنده‌ها
۲۲۶.....	مهمترین راه‌های درآمدزایی شتاب‌دهنده‌ها
۲۳۲.....	انواع شتاب‌دهنده‌ها و ساختار بودجه‌ای آن‌ها
۲۳۷.....	وضعیت مالی و سرمایه‌گذاری شتاب‌دهنده‌های برتر جهان
۲۳۷.....	بررسی مختصر وضعیت مالی و سرمایه‌گذاری شتاب‌دهنده‌های سه کشور اروپایی
۲۴۰.....	بررسی وضعیت مالی و سرمایه‌گذاری شتاب‌دهنده‌های برتر آمریکا
۲۵۳.....	منابع

مقدمه

استارت‌آپ‌ها یا مجموعه‌های نوپا، تیم‌هایی دو یا چندنفره هستند که در تعامل با یکدیگر در پی توسعه ایده‌های خلاقانه و کارآفرینی، جهت ورود به بازار کسب‌وکار هستند. این مجموعه‌ها عموماً در مراحل اولیه پس از طراحی و توسعه ایده، از نداشتن تیمی منسجم و کارآمد، نبود فضای استقرار، عدم وجود سرمایه مالی و کمبود دانش جهت توسعه کسب‌وکار خود و تجاری‌سازی آن رنج می‌برند.

در این میان «شتاب‌دهنده‌ها» به عنوان مراکزی که رسالت اصلی خود را رفع محدودیت‌های اولیه و حمایت از این تیم‌ها به منظور توسعه کسب‌وکار و تجاری‌سازی محصولاتشان قرار داده‌اند، ورود پیدا می‌کنند. شیوه‌ی پذیرش و حمایت از تیم‌ها، نوع شتاب‌دهی و فرآیندهای آن و نیز ارزیابی عملکرد دوره شتاب‌دهی می‌تواند به روش‌های مختلفی صورت پذیرد.

مراکز شتاب‌دهنده عموماً در ابتدا تیم‌های «تقاضای شتاب‌دهی» را از نظر ارزش‌های کلیدی محصول، درک اولیه از مشتری و نیازهای آن، اندازه بازار محصول و رقبا بررسی می‌کنند. این مراکز همچنین این تیم‌ها را از حیث رزومه و توانمندی‌های شخصی، ترکیب مناسب نقش‌ها و مسئولیت‌ها در تیم، تنوع مناسب توانایی و تخصص افراد و قابلیت انجام کار گروهی مورد سنجش قرار می‌دهند. در نتیجه این سنجش، شتاب‌دهنده، تیم‌ها و استارت‌آپ‌هایی را انتخاب می‌کند تا از آن‌ها حمایت کند و فرآیندهای رشد آنان تسهیل شود. شتاب‌دهنده در قبال ارائه این خدمات، مالک درصدی از سهام استارت‌آپ می‌شوند.

در ایران، همزمان با توسعه‌ی گفتمان اقتصاد دانش‌بنیان، شتاب‌دهنده‌هایی پدید آمده‌اند تا در عین استفاده از این فضا و کسب سود، در جهت‌دهی این فضا نقش‌آفرینی نمایند و قواعد بازی در این فضای نوین اقتصادی را آن‌گونه که

می‌خواهند تعیین نمایند. اما عموم شتاب‌دهنده‌ها (چه شتاب‌دهنده‌های خصوصی و چه شتاب‌دهنده‌هایی که از سوی حاکمیت ایجاد شده‌اند) آن‌گونه که باید با این فضا آشنا نبوده و این به مانعی برای عملکرد مناسب آن‌ها تبدیل شده است.

شناخت دوره‌های شتاب‌دهی رایج، شاخص‌های ارزیابی و مدل‌های تأمین مالی ستاردهنده‌ها می‌تواند در بهبود عملکرد دوره‌های شتاب‌دهی نقش بسزایی داشته و نحوه بودجه‌ریزی و برنامه‌ریزی این مجموعه را بهبود بخشد. کتاب حاضر تلاش می‌کند این شناخت و همچنین مجموعه‌ای ارزشمند از شاخص‌ها را به همراه سنجه‌های آن، خوانندگان ارائه نماید.

این کتاب به‌عنوان یک طرح پژوهشی در خصوص ارزیابی دوره‌های شتاب‌دهی بوده که با حمایت موسسه انتشار نیان برکت انجام شده است.