



University of Tehran Press

The Study of Drivers of Successful Startup Exits from Accelerators with Entrepreneurial Orientation

Elham Irannejadparizi¹- Kambiz Talebi²- Jahangir Yadollahi farsi³- Hamideh Reshadatjoo⁴

1. Department of Entrepreneurship, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: elham.irannejad@srbiau.ac.ir

2. Department of New Business, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: ktalebi@ut.ac.ir

3. Department of New Business, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: jfarsi@ut.ac.ir

4. Department of Crisis Management, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: reshadajoo@srbiau.ac.ir

Article Info

Article type:

Research Paper

Article history:

Received: 30 July, 2022

Received in revised form:

23 September, 2022

Accepted: 06 December, 2022

Keywords:

Successful Startup Exits, Accelerator, Entrepreneurial Orientation

ABSTRACT

Accelerator centers are formed to support startups by shortening the distance between the idea and market entry, and the services provided by them have a positive effect on the functions of startups. However, the inability of some startups to exit accelerators on time calls the performance of such centers into question. This, as well as other factors influencing the relationship between services provided in accelerators and startup exits from accelerators, have not been studied in previous studies. Given the importance of the subject under consideration, the present study sought to identify drivers of successful startup exits with entrepreneurial orientation. This applied research collected data in a descriptive-survey manner. Data were gathered through the use of researcher-created questionnaires, and statistical samples consisted of startups that used the services of IT accelerators. The data generated in this study, collected 2022, was analyzed using structural equations modelling and smart PLS3. Cronbach's alpha for all structures was greater than 0.7, and the extracted average was greater than 0.5, confirming the structures' reliability and validity. Path analysis was used to analyze research hypotheses, and the t-statistic of the hypotheses was greater than 1.96 and the significance level was less than 0.05, indicating that the hypotheses were confirmed.

Cite this article: Irannejadparizi, Elham; Talebi, Kambiz; Yadollahi farsi, Jahangir and Reshadatjoo, Hamideh(2023). The Study of Drivers of Successful Startup Exits from Accelerators with Entrepreneurial Orientation. *Journal of Entrepreneurship Development*, 15(4), 603-612. <http://doi.org/10.22059/JED.2022.346514.654015> (in Persian)

© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jed.2022.346514.654015>



تبیین پیشران‌های خروج موفق استارت‌آپ‌ها از شتاب‌دهنده با میانجیگری گرایش کار آفرینانه

الهام ایران نژاد پاریزی^۱ | کامبیز طالبی^{۲*} | جهانگیر یدالهی فارسی^۳ | حمیده رشادت جو^۴

۱. گروه کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران. رایانامه: elham.irannejad@srbiau.ac.ir

۲. گروه کسب و کار جدید، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) رایانامه: ktalebi@ut.ac.ir

۳. گروه کسب و کار جدید، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: jfarsi@ut.ac.ir

۴. گروه مدیریت بحران و مدیریت شهری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران. رایانامه: reshadajoo@srbiau.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

مراکز شتاب‌دهنده با هدف کوتاه نمودن فاصله بین ایده تا ورود به بازار برای حمایت از استارت‌آپ‌ها شکل گرفته‌اند. خدمات آن‌ه تأثیر مثبتی بر عملکرد استارت‌آپ‌ها دارد. لیکن عدم توانایی خروج برخی استارت‌آپ‌ها در زمان مقرر، از شتاب‌دهنده‌ها عملکرد این مراکز را زیر سؤال برده است. در پژوهش‌های پیشین، این مورد و سایر عوامل اثرگذار در رابطه بین خدمات ارائه شده در شتاب‌دهنده‌ها و خروج استارت‌آپ‌ها از شتاب‌دهنده بررسی نشده است. با توجه به اهمیت موضوع، هدف پژوهش حاضر شنا سایی پیشران‌های خروج موفق استارت‌آپ‌ها از شتاب‌دهنده‌ها با میانجیگری گرایش کارآفرینانه است. روش پژوهش بر حسب هدف کاربردی و بر اساس روش گردآوری اطلاعات توصیفی پیمایشی است. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق ساخته بوده و نمونه آماری پژوهش استارت‌آپ‌هایی است که از خدمات شتاب‌دهنده‌های حوزه فناوری اطلاعات استفاده نموده‌اند. داده‌های پژوهش ۱۴۰۰-۱۴۰۱ گردآوری شد و با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری و نرم افزار Smart PLS3 تجزیه و تحلیل گردید. آلفای کرونباخ تمامی سازه‌ها بالاتر از ۰/۷ و مقدار میانگین استخراج شده بالاتر از ۰/۵ بوده و روایی و پایایی سازه‌ها تایید شد. فرضیات تحقیق با روش تحلیل مسیر مورد بررسی قرار گرفت و مقدار آماره T فرضیات بیشتر از ۱/۹۶ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ به دست آمد و فرضیات مورد پذیرش قرار گرفت.

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۵/۸

تاریخ ویرایش:

۱۴۰۱/۷/۱

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۱/۹/۱۵

واژه های کلیدی:

خروج موفق استارت‌آپ‌ها، شتاب‌دهنده، گرایش کارآفرینانه

استناد: ایران نژاد پاریزی، الهام؛ طالبی، کامبیز؛ یدالهی فارسی، جهانگیر و رشادت جو، حمیده (۱۴۰۱). تبیین پیشران‌های خروج موفق استارت‌آپ‌ها از شتاب‌دهنده با میانجیگری گرایش کارآفرینانه، توسعه کارآفرینی، ۱۵(۴)، ۶۰۳-۶۱۲



© نویسندگان.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JED.2022.346514.654015>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

مقدمه

استارت‌آپ‌ها یکی از اجزاء جدایی ناپذیر اکوسیستم کارآفرینی به شمار می‌روند. فرآیند ایجاد یک کسب و کار جدید یا استارت‌آپ کار پیچیده‌ای است که نیازمند تحقیق و برنامه ریزی فشرده است (Uhm et al, 2018). مراکز حمایتی مانند شتاب‌دهنده‌ها و انکوباتورها، جهت حمایت از استارت‌آپ‌ها شکل گرفته‌اند. در کشور ما بیش از ۱۰۰ مرکز شتاب‌دهنده وجود دارد که هر ساله تعدادی تیم را انتخاب و جهت دوره شتابدهی پذیرش می‌کنند. شتاب‌دهنده برنامه‌ای است دارای زمان مشخص، گروه محور، شامل دو جزء مهم مربی و آموزش که به یک رویداد عمومی به نام «روز آزمایش^۱» ختم می‌شود (Cohen, 2013; Cohen & Hochberg, 2014). شتاب‌دهنده‌ها گروهی از متخصصان باتجربه هستند که فضای اداری، راهنمایی، مشاوره، شبکه سازی، خدمات مدیریت، دانش و تخصص را به کارآفرینان اولیه ارائه می‌کنند تا به آنها کمک کنند در مراحل اولیه یک سرمایه‌گذاری موفق شوند (Uhm et al, 2018). در واقع شتاب‌دهنده‌ها پشتیبانی، مراقبت و تخصص چند بعدی را برای استارت‌آپ‌ها ارائه می‌کنند و بین استارت‌آپ‌ها و شرکت‌ها حرکت می‌کنند و آنها را با یکدیگر مرتبط می‌کنند. بنابراین، آنها به توسعه راه‌حل‌های جدید و نوآورانه‌ای که توسط استارت‌آپ‌ها ارائه می‌شوند، کمک می‌کنند و مشتریان خاصی را برای آنها فراهم می‌کنند (Banka et al, 2022). یکی از اهداف اصلی شتاب‌دهنده‌ها کوتاه کردن فاصله بین ایده تا ورود به بازار است. شتاب‌دهنده‌ها راهی برای سرعت بخشیدن به توسعه کسب و کارهای جدید هستند به گونه‌ای که با ارزش افزوده بودجه مالی، از طریق تسریع بلوغ کسب و کار و کاهش فاصله زمانی بین ایده کارآفرینی و به دست آوردن ارزش، مطرح می‌شوند (Stayton & Mangematin, 2019). علی‌رغم هدف شتاب‌دهنده‌ها برای کمک به کاهش این فاصله زمانی، برخی از تیم‌های کارآفرینانه قادر به توسعه کار گروهی هستند که منجر به نتایج موفق کارآفرینانه می‌شود ولی تیم‌های دیگر نتایج واضحی ندارند و توانایی خروج از مراکز حمایتی در زمان مشخص در نظر گرفته شده را ندارند. این موضوع باعث ایجاد این سوال اساسی می‌شود که چرا استارت‌آپ‌ها در شرایط برابر خدمات ارائه شده در شتاب‌دهنده عملکرد متفاوتی در سرعت خروج از شتاب‌دهنده را دارند؟ دی مول^۲ و همکاران (۲۰۱۵) بیان می‌کنند که هیچ گونه تلاشی برای تجزیه و تحلیل در مورد چگونگی تغییرات عواطف شناختی و انگیزه‌های تیم کارآفرینانه در ترکیب مراحل خلق یک کسب و کار نوپا انجام نشده است. یکی از فاکتورهایی که در استارت‌آپ‌های با سرعت کم، شناسایی شده این است که، انگیزه‌ای برای شروع سریع ندارند (Stayton & Mangematin, 2019). به زعم ستی‌تون و مگ ماتین^۳ (۲۰۱۹) از آنجایی که شتاب‌دهنده‌ها پدیده‌ای نسبتاً جدید هستند، بیشتر مطالعات علمی در مورد آنها، توصیفی بوده‌اند (Cohen & Hochberg, 2014; Dempwolf et al, 2014). یا بر اساس نتایج اولیه، به بررسی اثربخشی این پدیده پرداخته‌اند (Hallen et al, 2016; Hoffman & Radojevich- Kelley, 2012).

به زعم کلوسن و کورنلیوسن^۴ (۲۰۱۲) علی‌رغم خدمات ارائه شده توسط انکوباتورها برای تسریع در روند ورود به بازار، عاملی مانند گرایش کارآفرینانه نقش مهمی ایفا می‌کند. گرایش کارآفرینانه می‌تواند تفاوت بین سرعت ورود دو کسب و کار جدید به بازار در شرایط یکسان انکوباتورها را تشریح نماید (Lumpkin & Dess, 1996). به گونه‌ای که عدم وجود گرایش کارآفرینانه در تیم استارت‌آپ بر موفقیت آن و سرعت ورود به بازار تأثیرگذار خواهد بود. همچنین لیم و کیم^۵ (۲۰۲۲) به این نتیجه دست یافتند که گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبتی بر عملکرد کسب و کار و سرعت توسعه محصول دارد. با توجه به اهمیت موضوع، در پژوهش حاضر به بررسی رابطه خدمات ارائه شده در شتاب‌دهنده‌ها و خروج موفق استارت‌آپ‌ها از شتاب‌دهنده پرداخته می‌شود همچنین بررسی می‌شود که متغیر گرایش کارآفرینانه چگونه در درک این رابطه به ما کمک می‌کند.

1 Demo Day

2 De Mol

۳ Stayton & Mangematin

۴ Clausen & Korneliussen

۵ Lim & Kim

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تعریف رسمی از شتابدهنده‌ها اولین بار توسط کوهن (۲۰۱۳) و کوهن و هوچبرگ (۲۰۱۴)، ارائه شد به زعم این صاحب‌نظران "شتابدهنده برنامه‌ای است دارای زمان مشخص، گروه محور، شامل دو جزء مهم مربی و آموزش که به یک رویداد عمومی به نام "روز آزمایش" ختم می‌شود. بسیاری از شتابدهنده‌ها مقدار کوچکی سرمایه برای استارت‌آپ‌ها فراهم می‌کنند و در مقابل، ۵ تا ۷ درصد سهام آنان را دریافت می‌کنند (Hochberg, 2016). شتابدهنده‌ها برنامه‌هایی هستند که مربیگری، فضای اداری، و یک سرمایه‌گذاری کوچک در برابر سهام را فراهم می‌کنند و با مربیگری، به شرکت‌های جوان برای ایجاد یک شبکه قدرتمند در مراحل اولیه توسعه شرکت کمک می‌کنند (Wise & Valliere, 2014).

کوهن و همکاران (۲۰۱۹) با هدف "بررسی ساختار شتابدهنده‌ها" گزارشی را ارائه کردند که در آن داده‌های مربوط به ۱۴۶ شتابدهنده، ۲۸۷ بنیانگذار شتابدهنده و ۵۹۲۱ استارت‌آپ فارغ‌التحصیل شده از این شتابدهنده را از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۷ در بر می‌گیرد. در این گزارش علاوه بر بررسی ساختار کامل شتابدهنده‌ها اجزای اصلی برنامه شتابدهنده و خدماتی که به استارت‌آپ‌ها ارائه می‌دهد نیز مورد توجه قرار گرفته که عبارتند از: اندازه گروه، مدت برنامه، حداقل و حداکثر تامین مالی و حداکثر سهام دریافتی (جهت مشارکت)، فرصت‌های مربیگری خارجی، آموزش رسمی، فضای همکاری و رویدادهای فارغ‌التحصیلی. دمپ ولف^۱ و همکاران نیز (۲۰۱۴) خدمات منتورینگ، آموزش و سرمایه اولیه را اصلی‌ترین خدمات شتابدهنده و انکوباتورها می‌دانند. شتابدهنده‌ها یک دوره آموزشی کوتاه مدت فراهم کرده و فرصتی را برای یادگیری سریع استارت‌آپ‌ها ایجاد می‌کنند و به فرآیند یادگیری شتاب داده و محیط رقابتی را خلق می‌کنند که باعث پیشرفت سریع شود و به بلوغ استارت‌آپ سرعت می‌بخشد (Del Sarto et al, 2020). پژوهش‌های اخیر مانند (Moritz & Lutz, 2022) ایجاد محیط مشارکت و رقابت بین استارت‌آپ‌ها را نیز یکی از خدمات غیرمستقیم شتابدهنده‌ها می‌دانند. همانگونه که در جدول ۱ نیز آمده است، بسیاری از محققان خدمات اصلی شتابدهنده‌ها را در چهار بخش خدمات مالی، آموزش، مربی و فضای فیزیکی تقسیم بندی می‌نمایند.

جدول ۱. اجزای اصلی تعاریف شتابدهنده‌ها

محقق / سال	خدمات مالی	آموزش	مربیگری	فضای فیزیکی	زمانی مشخص محدود	گروه محوری	ایجاد مشارکت / رقابت بین استارت‌آپ‌ها
Cohen (2013)	✓		✓		✓		
Hochberg (2014)	✓	✓	✓		✓	✓	
Wise & Valliere (2014)	✓		✓	✓			
Kanbach & Stubner (2016)	✓						
Bauer, Obwegeser & Avdagic (2016)		✓	✓	✓			
Smith & Hannigan (2016)	✓		✓			✓	
Yang, Kher & Lyons (2018)	✓		✓	✓	✓	✓	
Stayton & Mangematin (2018)	✓						
Cohen et al (2019)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Del Sarto et al (2020)		✓					✓
Moritz, Naulin & Lutz (2022)	✓	✓	✓		✓	✓	✓

خروج موفق استارت‌آپ از شتابدهنده: خروج موفق استارت‌آپ از شتابدهنده در ادبیات شتابدهی در دو جریان مورد بررسی قرار می‌گیرد. جریان اول سنجش میزان موفقیت شتابدهنده‌ها است که در پژوهش‌هایی مانند (Clarysse et al., 2015; Dempwolf et al., 2014; Mishigragchaa, 2017; Lukas, 2019) مورد توجه قرار گرفته و به سرعت تامین مالی استارت‌آپ، ارزش پورتفوی استارت‌آپ، بقا و شاخص‌های متعدد دیگری اشاره دارد. در جریان دوم، خروج استارت‌آپ، به بحث موفقیت استارت‌آپ‌های شتابدهی شده تاکید دارد (Dempwolf et al., 2014; Lukas, 2019) و از شاخص‌هایی مانند اندازه تامین مالی، میانگین فروش سالانه و رشد تعداد کارکنان، برای آن استفاده می‌شود. در پژوهش حاضر شاخص‌هایی مانند ورود استارت‌آپ به بازار، تامین مالی اولیه، میزان تامین مالی اولیه و فاصله زمانی ورود تا خروج از شتابدهنده به عنوان خروج موفق استارت‌آپ از

^۱ Dempwolf

شتاب‌دهنده در نظر گرفته شده است. با توجه به مطالب ذکر شده، ۴ فرضیه زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۱: خدمات مالی ارائه شده توسط شتاب‌دهنده بر خروج موفق استارت‌آپ از شتاب‌دهنده اثرگذار است.

فرضیه ۲: آموزش‌های ارائه شده توسط شتاب‌دهنده بر خروج موفق استارت‌آپ از شتاب‌دهنده اثرگذار است.

فرضیه ۳: خدمات مربیگری ارائه شده توسط شتاب‌دهنده بر خروج موفق استارت‌آپ از شتاب‌دهنده اثرگذار است.

فرضیه ۴: فضای فیزیکی که شتاب‌دهنده برای استارت‌آپ‌ها فراهم می‌کند بر خروج موفق استارت‌آپ از شتاب‌دهنده اثرگذار است.

گرایش کارآفرینانه: گرایش کارآفرینانه نوعی جهت‌گیری راهبردی برای شرکت‌ها است یا به عبارتی گرایش کارآفرینانه ویژگی شرکت است که وضعیت استراتژیک را بر اساس مقداری که شرکت الگوی مستمر ریسک‌پذیری، پیشگامی و رفتار نوآورانه را بروز می‌دهد، نشان می‌دهد (کیانی و همکاران، ۲۰۲۱). گرایش کارآفرینانه یک مفهوم چند بعدی از سازمان کارآفرینانه است که شامل ریسک‌پذیری، نوآوری و پیشگامی می‌شود (Miller, 1983). بیشتر مطالعات دانشگاهی گرایش کارآفرینانه را دارای طبیعتی مرکب می‌دانند (حسینی مقدم و حجازی، ۱۳۹۳) و سه بعد ریسک‌پذیری، نوآوری، و پیشگامی را برای گرایش کارآفرینانه تایید می‌کنند (Covin & Wales 2018; Rauch et al. 2009; Wales et al., 2013) اما لامپکین و دس (۱۹۹۶) رقابت‌تهاجمی و استقلال را به عنوان دو بعد اضافی ساختار گرایش کارآفرینانه توصیه می‌کنند و این ابعاد را اینگونه تعریف می‌کنند: ۱) ریسک‌پذیری، ابتدا به ریسک‌پذیری‌های فردی به وسیله کارآفرینان مربوط می‌شود، سپس به استارت‌آپ‌ها و شرکت‌ها در زمانی که مدیران آنها از استراتژی‌های جاه‌طلبانه پیروی می‌کنند گسترش پیدا می‌کند. ۲) نوآوری: به صورت ذاتی به کارآفرینی فناورانه ارتباط دارد. شرکت‌های کارآفرینانه ترکیب جدیدی از منابع برای پاسخگویی به بازار جدید یا پاسخگویی به بازار موجود با ارزش پیشنهادی جدید، خلق می‌کنند. ۳) پیشگامی: اقداماتی به منظور پیش‌بینی، خلق و شکل دادن به آینده، ایجاد یا بهره‌برداری از بازارهای جدید و مدل‌های تجاری در حال ظهور را شرح می‌دهد. پیشرو بودن منعکس‌کننده دیدگاه شومپیتر از کارآفرین قهرمان است که فرصت بازار را شناسایی می‌کند و یک استارت‌آپ را برای کسب درآمد خلق می‌کند. ۴) رقابت‌تهاجمی: لامپکین و دس (۱۹۹۶) رقابت‌تهاجمی را با پیشگامی برابر می‌دانند. پاسخ‌های گذشته چشم‌انداز رقابتی، به چالش‌های بین تازه واردان با قدیمی‌ها با هدف سهم بازار اشاره دارد در حالیکه تمرکزهای بعدی بر ارتقاء نوآوری‌های تکنولوژیکی از طریق فرصت‌های بازار جدید است. ۵) استقلال: به استقلال و چابکی که مستلزم نوآوری از ایده‌های بازار است و ارزشی را به مشتریان پیشنهاد می‌دهد، اشاره می‌کند.

گرایش کارآفرینانه به درجه کارآفرینی یک شرکت اشاره دارد، و تفاوت در عملکرد استارت‌آپ‌ها تنها به درجه‌ای بستگی دارد که آنها به روش‌های مختلف، کارآفرینی را دنبال می‌کنند (Vincent & Zakkariya, 2021). تفاوت بین استارت‌آپ‌ها در پیگیری کارآفرینی را می‌توان با گرایش کارآفرینانه آنها توضیح داد زیرا به روش‌ها، شیوه‌ها و فعالیت‌های تصمیم‌گیری اشاره دارد که منجر به اقدامات حیاتی می‌شود (Lumpkin & Dess, 1996). اگرچه استارت‌آپ‌ها در یک مرکز شتاب‌دهنده کسب و کار خدمات همگن دریافت می‌کنند، اما به دلیل ویژگی‌های تصمیم‌گیری استراتژیک‌شان از نظر عملکرد متفاوت هستند (Clausen & Korneliusen, 2012).

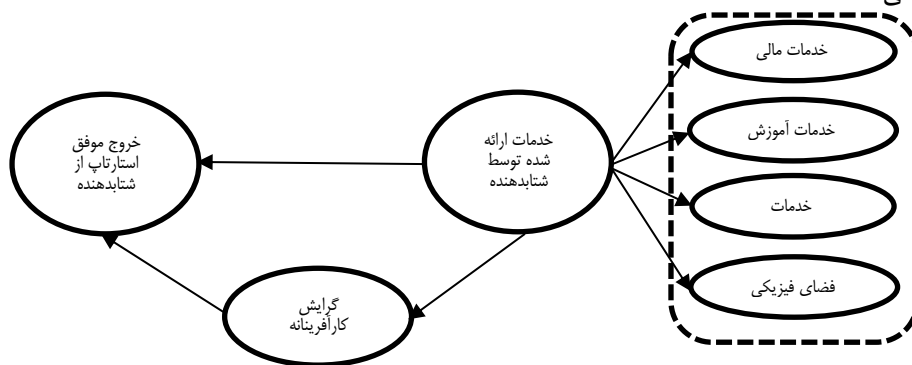
به زعم استی‌تون و مگ‌ماتین (۲۰۱۹) گرایش کارآفرینانه عاملی مهم و تعیین‌کننده در عملکرد کسب و کارهای موفق خارج شده از شتاب‌دهنده است. شتاب‌دهنده‌ها از ۳ روش زمان ورود کسب و کار جدید به بازار را کاهش می‌دهند. ۱) بقا: کاهش زمان ورود به بازار پیش‌برنده اصلی از طریق کاهش منابع مالی است. انتشار سریع محصولات نوآورانه به بازار به این معنی است که استارت‌آپ می‌تواند برخی از جریان نقدی را به منظور گسترش منابع مالی اندک، توسعه دهد. از تیم مدیران عالی و کارکنان اولیه انتظار می‌رود که ساعت‌های اضافی کار کنند و فقط ضروری‌ترین فعالیت‌ها را برای خروج سریع محصولات اولویت‌بندی کنند. این آگاهی، برای آنها باعث انگیزه به کار سخت‌تر برای ایجاد کسب و کار و ورود محصولات به بازار می‌شود. این احساس فوریت باعث می‌شود شرکت‌های جدید ریسک‌پذیری کنند و بهره‌وری را افزایش دهند. به عبارت دیگر مکانیزم فوری ماندگاری، قابل تحمل شده و گرایش کارآفرینانه را در ونچر جدید ایجاد می‌کند. ۲) شبکه منابع: ایجاد شبکه، زمان زیادی از تیم مدیریت عالی

می‌گیرد و برای یک استارت‌آپ فناورانه که قصد ورود سریع به بازار را دارد مشکل ساز است. برای راه اندازی سریع، استارت‌آپ‌ها به ایجاد شبکه‌هایی که دسترسی آنها به منابع را فراهم کند نیاز دارند. منابع شامل بوجه، مشتریان احتمالی، تخصص، خدمات حرفه‌ای اعضای تیم مدیریت عالی، کارکنان اولیه، املاک و مستغلات، مشاوره و حمایت‌های عاطفی از طریق شبکه‌ها در دسترس است. یک استارت‌آپ جدید که سطح بالایی از گرایش کارآفرینانه دارد اما شبکه ندارد ناقص است. انکوباتورها و شتابدهنده‌ها می‌توانند شبکه‌هایی را برای ونچرهای نوآور فراهم کنند که فاقد تجربه یا شبکه هستند. یک ارزش اساسی که به وسیله شبکه‌ها فراهم می‌شود آموزش و مشاوره است. شتابدهنده‌ها به استارت‌آپ‌های بی‌تجربه برای دستیابی به شبکه کمک می‌کنند. (۳) تقویت قوا: اگر شروع سریع عامل بقاست، و این مستلزم ایجاد شبکه منابع است، چگونه کارآفرینان بی‌تجربه‌ای که فاقد شبکه و منابع هستند می‌توانند سریع آغاز کنند و بقا یابند؟ این منطقه‌ای است که شتابدهنده‌ها و برنامه شتابدهنده می‌توانند شکاف‌ها را پر کنند و به استارت‌آپ‌های جدید بی‌تجربه به منظور رسیدن به اهدافشان کمک می‌کنند. ایجاد شهرت مثبت در میان سهامداران زمان بر است. شتابدهنده‌ها و برنامه‌های شتابدهنده اغلب برندهایی که بر درک مشتریان تأثیر می‌گذارند را شناسایی می‌کنند و همیشه نوعی از منابع را برای مشتریان خود فراهم می‌کنند. منابع فراهم شده به عنوان جایگزینی برای منابع مالی است که استارت‌آپ در غیر این صورت نیاز به صرف وقت زیاد دارد.

همچنین استی‌تون و مگ‌ماتین (۲۰۱۹) دریافتند که شتابدهنده برای تسریع ورود فرآیند ورود به بازار از سه مکانیزم مبتنی بر گرایش کارآفرینانه استفاده می‌کنند:

مکانیزم اول: نیاز ضروری به بقا منجر به افزایش گرایش کارآفرینانه در ونچرهای فناورانه جدید، شتابدهی زمان کسب و ورود به بازار یا سرمایه‌گذاری خارجی می‌شود. مکانیزم دوم: تیم‌های مدیریت عالی استارت‌آپ استراتژی‌های گرایش کارآفرینانه را به منظور تجهیز و بهره‌برداری از شبکه‌های موجود، در شروع سریع ایجاد می‌کنند. شتابدهنده‌ها شبکه‌های پیش از شروع و ارتباطات را برای کارآفرینان بی‌تجربه تأمین می‌کنند. مکانیزم سوم: شتابدهنده‌ها منابع، دانش، مشاوره تخصصی، و دستیابی به تأمین مالی برای تیم‌های کارآفرینانه بدون تجربه و دارای کمبود منابع و کمک به آنها در توسعه گرایش کارآفرینانه برای رسیدن به کارآفرینان با تجربه را فراهم می‌کنند. بر اساس موارد تشریح شده فرضیه پنجم شکل می‌گیرد و مدل نظری پژوهش در شکل ۱ ارائه شده است:

فرضیه ۵: گرایش کارآفرینانه رابطه بین خدمات ارائه شده توسط شتابدهنده و خروج موفق استارت‌آپ از شتابدهنده را میانجی‌گری می‌کند.



شکل ۱. مدل نظری پژوهش

روش شناسی

روش پژوهش حاضر بر حسب هدف کاربردی، از نظر ماهیت، کمی و بر اساس روش گردآوری اطلاعات از نوع توصیفی - پیمایشی است. به منظور دستیابی به اهداف پژوهش، ابتدا مبانی نظری مطالعه و مدل مفهومی و پرسشنامه اولیه تدوین شد. در ادامه پرسشنامه‌ای با مقیاس ۵ گزینه‌ای لیکرت (خیلی کم - خیلی زیاد) تهیه شد.

جامعه آماری این پژوهش، استارت‌آپ‌هایی است که از خدمات شتاب‌دهنده‌های حوزه فناوری اطلاعات در کشور استفاده نموده‌اند و سه ویژگی دارند: ۱. دارای یک یا چند محصول و خدمت هستند ۲. محصول یا خدمت خود را به بازار عرضه کرده‌اند ۳. تامین مالی اولیه از طریق جذب سرمایه انجام داده و یا در تلاش برای جذب سرمایه هستند. به دلیل فعالیت تعداد زیاد استارت‌آپ‌های کشور در حوزه فناوری اطلاعات و اهمیت این استارت‌آپ‌ها در ایجاد تغییرات بنیادی در شیوه زندگی و کسب و کار، استارت‌آپ‌های فعال در این حوزه به عنوان جامعه آماری انتخاب شد. از بین ۱۰۰ شتاب‌دهنده که در سطح کشور فعالیت دارند ۱۳ شتاب‌دهنده به ارائه خدمات در حوزه فناوری اطلاعات می‌پردازند و از این تعداد، ۸ شتاب‌دهنده در حال حاضر فعال است. جامعه آماری این پژوهش به صورت تقریبی ۲۱۰ نفر به دست آمد. جهت مشخص شدن حجم نمونه آماری از جدول مورگان استفاده و در مجموع تعداد ۱۳۶ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. داده‌های پژوهش در فاصله زمانی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ گردآوری شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار Smart pls3 و روش مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شده است. جهت سنجش پایایی ابزار اندازه‌گیری از ضرایب آلفای کرونباخ، ضریب RHO-A و ضریب پایایی ترکیبی استفاده شد و همچنین روایی و اگر از طریق معیار میانگین واریانس استخراج (AVE) و روایی همگرا از طریق ماتریس معیار فورنل لارکر مورد سنجش قرار گرفت که نتایج آن به تفصیل در بخش یافته‌ها تشریح شده است.

یافته‌ها

الف) توصیف جمعیت شناختی

به منظور شناخت بهتر نمونه آماری، متغیرهای جمعیت شناختی سن، جنسیت، مقطع تحصیلی، تحصیلات مرتبط، سابقه قبلی در راه اندازی کسب و کار مورد بررسی قرار گرفت که شرح آن در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. آمار توصیفی

متغیر	گروه	فراوانی	درصد	متغیر	گروه	فراوانی	درصد
سن	۲۰-۲۵	۴۱	۳۰/۱	جنسیت	زن	۴۷	۳۴/۶
	۲۵-۳۰	۵۲	۳۸/۲		مرد	۸۹	۶۵/۴
	۳۰-۳۵	۲۵	۱۸/۴	تحصیلات مرتبط	تحصیلات مرتبط	۲۳	۱۶/۹
	۳۵ و بیشتر	۹	۶/۶		تحصیلات نامرتبط	۱۰۹	۸۰/۱
	کل	۱۲۷	۹۳/۴		کل	۱۳۲	۹۷/۱
	نامشخص	۹	۶/۶		نامشخص	۴	۲/۹
تجربه قبلی	کارشناسی	۶۱	۴۴/۹	سابقه راه اندازی کسب و کار	با تجربه قبلی	۳۸	۲۷/۹
	کارشناسی ارشد	۶۷	۴۹/۳		بدون تجربه قبلی	۹۴	۶۹/۱
	دکتری و بالاتر	۸	۵/۹		کل	۱۳۲	۹۷/۱
					نامشخص	۴	۲/۹

ب) سنجش مدل اندازه گیری

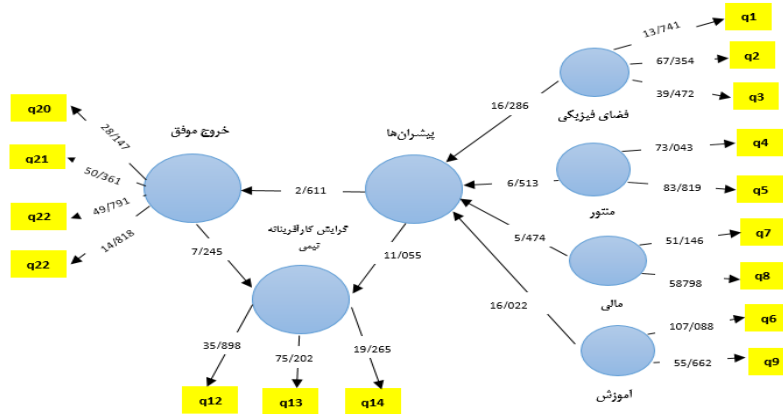
از ضریب آلفای کرونباخ جهت بررسی پایایی ابزار تحقیق استفاده شده است. آلفای کرونباخ برآوردی از پایایی بر اساس همبستگی درونی متغیرهای معرف مشاهده شده را ارائه می‌کند و فرض می‌کند همه معرف‌ها به یک اندازه پایا هستند. همچنین پایایی ترکیبی یا پایایی مرکب، برای معرف‌ها، بارهای بیرونی متفاوت را مدنظر قرار می‌دهد. ضریب Rho نیز برای سنجش پایایی درونی سازه‌ها است. مقدار ضرایب مورد تایید این سه شاخص بزرگتر و مساوی ۰/۷ می‌باشند، که در جدول ۳ ارائه گردیده‌اند:

جدول ۳. بررسی ضرایب پایایی

متغیرها	الفای کرونباخ	Rho_A	پایایی ترکیبی
آموزش	۰/۸۶۹	۰/۸۷۸	۰/۹۳۸
خروج موفق	۰/۸۶۵	۰/۸۷۱	۰/۹۰۸

۰/۷۹۵	۰/۸۱۷	۰/۸۸۰	فضای فیزیکی
۰/۸۱۴	۰/۸۲۵	۰/۹۱۵	مالی
۰/۸۷۹	۰/۸۷۹	۰/۹۴۳	منتور
۰/۹۰۱	۰/۹۱۱	۰/۹۲۳	پیشرانها
۰/۸۶۲	۰/۸۶۴	۰/۹۱۶	گرایش کارآفرینانه

مدل اندازه گیری بدست آمده به شرح شکل ۲ می باشد. در بررسی این مدل شاخص های روایی و پایایی مورد بررسی قرار گرفتند که در ادامه به تشریح آنها پرداخته شده است:



شکل ۲. مدل اندازه گیری و ساختاری پژوهش

جدول ۴. مقدار AVE

متغیرها	AVE
آموزش	۰/۸۸۳
خروج موفق	۰/۷۱۴
فضای فیزیکی	۰/۷۱۱
مالی	۰/۸۴۳
منتور	۰/۸۹۲
پیشرانها	۰/۶۰۸
گرایش کارآفرینانه	۰/۷۸۵

روایی بیانگر این است که آیا ابزار اندازه گیری مورد استفاده توسط محقق همان مفهومی که محقق مدنظر دارد را می سنجد یا خیر؟ روایی در این پژوهش با استفاده از روایی واگرا و همگرا مورد بررسی قرار گرفته است. برای سنجش روایی همگرا از معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده می شود. معیار میانگین واریانس استخراج شده، میزان همبستگی یک سازه با شاخص های خود را نشان می دهد. مقدار AVE باید از ۰/۵ بیشتر باشد که مقادیر به دست آمده، در جدول ۴ قابل مشاهده می باشد.

بررسی روایی همگرا نیز با استفاده از ماتریس معیار فورنل لارکر صورت گرفته است. معیار فورنل لارکر، ریشه دوم مقدار AVE می باشد که مقدار آن برای هر سازه باید از همبستگی میان متغیرهای مکنون مربوط به سازه مورد نظر بیشتر باشد. در جدول زیر تایید روایی واگرا در ماتریس فورنل لارکر آمده است:

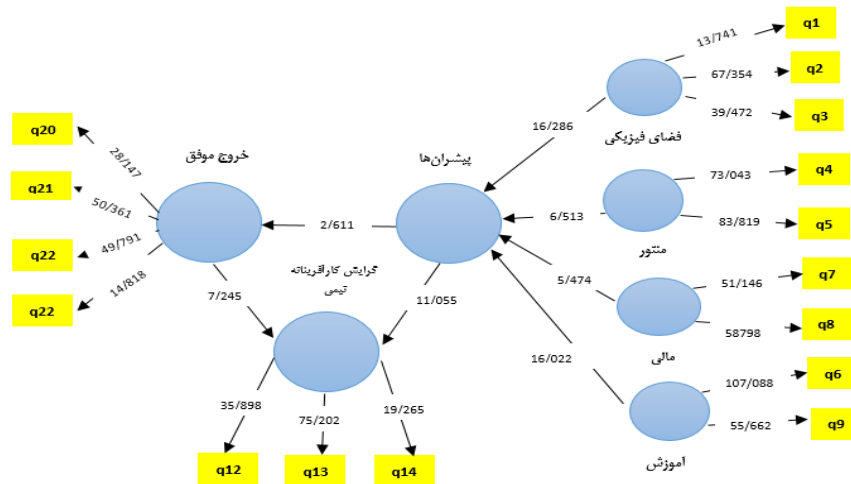
جدول ۵. روایی واگرا (ماتریس فورنل لارکر)

متغیرها	آموزش	خروج موفق	فضای فیزیکی	مالی	منتور	پیشرانها	گرایش کارآفرینانه
آموزش	۰/۹۴۰						
خروج موفق	۰/۹۵۲	۰/۸۴۵					
فضای فیزیکی	۰/۶۳۵	۰/۴۹۴	۰/۸۹۳				
مالی	۰/۵۰۳	۰/۴۷۲	۰/۵۷۷	۰/۹۱۸			
منتور	۰/۸۳۳	۰/۴۵۶	۰/۷۸۹	۰/۶۳۰	۰/۹۴۵		
پیشرانها	۰/۸۸۹	۰/۶۴۲	۰/۸۴۴	۰/۶۶۴	۰/۹۳۲	۰/۷۸۰	

متغیرها	آموزش	خروج موفق	فضای فیزیکی	مالی	متنور	پیشران‌ها	گرایش کارآفرینانه
گرایش کارآفرینانه	۰/۶۲۶	۰/۷۶۱	۰/۵۲۹	۰/۴۴۲	۰/۴۸۹	۰/۶۴۵	۰/۸۸۶

ج) مدل ساختاری

در این مرحله به بررسی قابلیت پیش بینی مدل و روابط میان سازه‌های مدل ساختاری مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. مدل ساختاری یا مدل درونی، رابطه بین متغیرهای پنهان را نشان می‌دهد. مدل ساختاری، متغیرهای پنهان را با استفاده از رگرسیون ساده یا چندگانه بین متغیرهای پنهان که براساس مدل اندازه‌گیری تخمین زده می‌شوند، برآورد می‌کند. در این بخش، مدل ساختاری با ضرایب هم خطی و معیار ضریب تعیین مورد بررسی قرار گرفته‌اند.



شکل ۳. مدل ساختاری پژوهش

بررسی هم خطی: جهت ارزیابی همخطی از شاخص عامل تورم واریانس استفاده می‌شود. عامل تورم واریانس، در مدل‌های رگرسیون خطی یکی از روش‌های تخمین پارامترهای مدل، روش حداقل مربعات می‌باشد. این عامل نشان می‌دهد که واریانس ضرایب تخمینی تا چه حد نسبت به حالتی که متغیرهای تخمینی، همبستگی خطی ندارند، متنور شده است. بنابراین میزان این ضریب می‌بایست کوچکتر از ۶ باشد.

جدول ۶. روش حداقل مربعات

گویه	VI F	گویه	VI F
q1	۱.۵۹۷	q3	۱.۸۳۹
q12	۲.۵۱۱	q4	۲.۱۱۸
q13	۳.۳۱۰	q5	۱.۹۵۷
q14	۱.۹۲۴	q2	۲.۴۵۲
q20	۱.۵۴۱	q6	۲.۲۲۵
q21	۴.۸۹۳	q7	۱.۸۹۲
q22	۴.۵۵۲	q8	۲.۰۶۳
q23	۱.۷۱۳	q9	۱.۱۹۸

معیار ضریب تعیین: ضریب تعیین برابر با توان دوم یا همان R^2 ، همبستگی میان مقادیر واقعی و پیش‌بینی شده یک سازه درون زای مشخص شده است. ضریب تعیین نشان می‌دهد چند درصد تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیر مستقل تبیین می‌شود. همانگونه که در جدول ۷ مشخص است، مقادیر $0/19$ ، $0/33$ و $0/67$ به ترتیب ضعیف، متوسط و قوی برآورد می‌شوند.

جدول ۷. معیار ضریب تعیین

متغیرها	R Square
خروج موفق	۰/۶۱۸

۰/۹۸۸	پیشران‌ها
۰/۴۱۶	گرایش کارآفرینانه

آزمون فرضیه‌ها

جهت بررسی فرضیات پژوهش از مقادیر T و ضرایب مسیر (β) یعنی اعداد روی مسیر و معناداری ضریب مسیر استفاده شده است. در سطح اطمینان ۹۵ درصد اگر مقدار آماره T بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ باشد، فرضیه تایید می‌شود. در جدول ۸، مقدار معناداری در سطح خطای ۰,۰۵ مورد آزمون قرار گرفته است.

جدول ۸. آزمون فرضیات تحقیق

فرضیات	β	ضریب استاندارد	آماره T	نتیجه	معناداری	نتیجه
آموزش < پیشران‌ها	۰/۴۰۵	۰/۰۲۷	۱۴/۹۹۲	پذیرش	۰/۰۰	معنادار
فضای فیزیکی < پیشران‌ها	۰/۴۲۵	۰/۰۲۹	۱۴/۶۰۵	پذیرش	۰/۰۰	معنادار
مالی < پیشران‌ها	۰/۰۸۶	۰/۰۱۷	۵/۱۸۹	پذیرش	۰/۰۰	معنادار
منتور < پیشران‌ها	۰/۲۰۵	۰/۰۳۴	۰/۹۵۲	پذیرش	۰/۰۰	معنادار
پیشران‌ها < خروج موفق	۰/۲۵۸	۰/۰۹۹	۲/۶۱۴	پذیرش	۰/۰۰	معنادار
پیشران‌ها < گرایش کارآفرینانه	۰/۶۴۵	۰/۰۵۸	۱۱/۰۳۴	پذیرش	۰/۰۰	معنادار
گرایش کارآفرینانه < خروج موفق	۰/۵۹۴	۰/۰۸۴	۷/۰۴۷	پذیرش	۰/۰۰	معنادار

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی اثر پیشران‌های خروج موفق استارت‌آپ‌ها از شتابدهنده‌ها با در نظر گرفتن اثر میانجی گرایش کارآفرینانه است. همانگونه که در متن اشاره شد هدف اصلی شتابدهنده کاهش فاصله زمانی ایده تا ورود به بازار است. شتابدهنده‌ها از طریق ارائه روش‌ها و خدمات، به استارت‌آپ‌ها در یافتن مسیر اصلی شتابدهنده کمک می‌کنند. یافته‌های پژوهش نشان داد، خدماتی که مراکز شتابدهنده ارائه می‌دهند شامل ۴ خدمت اصلی بوجه مالی اولیه، آموزش، فضای فیزیکی و مربیگری اثر مثبت و معناداری بر خروج موفق استارت‌آپ‌ها از شتابدهنده دارد و فرضیه‌های ۱ تا ۴ با مقدار آماره T بیشتر از ۱/۹۶ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ مورد پذیرش قرار گرفت. این یافته‌ها با پژوهش اسمیت و هانیگان (۲۰۱۵) همخوانی دارد که، دریافتند فارغ التحصیلان شتابدهنده‌های برتر، نسبت به استارت‌آپ‌هایی که از طریق گروه‌های فرشته‌های سرمایه‌گذار تامین مالی می‌شوند، سریعتر خارج (از طریق اکتساب یا شکست) می‌شوند یا به نتیجه می‌رسند. از سوی دیگر در پژوهش‌های پیشین (De Mol et al, 2015) به این مهم اشاره شده است که علی‌رغم ارائه خدمات یکسان از سوی شتابدهنده‌ها به تیم‌های استارت‌آپی، برخی تیم‌ها مراحل شتابدهی را با موفقیت طی نموده اما برخی تیم‌ها نتایج واضح و مشخصی ندارند. برای مشخص شدن و بررسی این موضوع، در تحقیق حاضر به بررسی نقش گرایش کارآفرینانه به عنوان متغیر میانجی در رابطه بین خدمات ارائه شده در شتابدهنده و خروج موفق استارت‌آپ‌ها پرداخته شد. نتایج نشان داد علاوه بر تاثیر مستقیم پیشران‌ها بر خروج موفق استارت‌آپ از شتابدهنده، پیشران‌ها بر خروج موفق استارت‌آپ‌ها از شتابدهنده اثر غیر مستقیمی از طریق گرایش کارآفرینانه دارند. همانگونه که در جدول ۸ قابل مشاهده است مقدار آماره T فرضیه ۵، ۷/۰۴۷ و بیشتر از ۱/۹۶ بوده و مورد پذیرش قرار گرفت. این نتایج با پژوهش استی‌تون و مگ‌ماتین (۲۰۱۹) همخوانی دارد که نشان می‌دهند، شتابدهنده‌ها برای تسریع فرآیند ورود استارت‌آپ‌ها به بازار از طریق مکانیزم‌هایی مانند فوریت و بقاء، شبکه منابع و تقویت قوا باعث افزایش گرایش کارآفرینانه در تیم‌های استارت‌آپی شده و افزایش گرایش کارآفرینانه منجر به افزایش سرعت شکل‌گیری استارت‌آپ و ورود آنها به بازار می‌شود. در پژوهش داوری و شهباز مرادی (۱۳۹۲) مشخص شد که گرایش کارآفرینانه و عوامل سازمان بر عملکرد کسب و کارهای فنی تاثیر مثبت و مستقیم دارند. همچنین به زعم کلسون و کورنلیوسن (۲۰۱۲) علی‌رغم خدمات ارائه شده توسط انکوباتورها برای تسریع در روند ورود به بازار، عاملی مانند گرایش کارآفرینانه نقش مهمی در این میان ایفا می‌کند. نتایج با یافته‌های لامپکین و دس (۱۹۹۶) نیز همخوانی دارد زیرا به این نتیجه دست یافتند که گرایش کارآفرینانه می‌تواند تفاوت بین سرعت ورود دو کسب و کار جدید به بازار در شرایط یکسان انکوباتورها را تشریح نماید.

محدودیت‌ها و پیشنهادهای پژوهش

یکی از محدودیت‌های پژوهش حاضر مقطعی بودن آن است و به دلیل اینکه پژوهش حاضر در مقطع زمانی خاص انجام شده است، نمی‌توان نتایج آن را به همه زمان‌ها تعمیم داد و به صورت قطعی برای همه شرایط، برابر دانست، لذا پیشنهاد می‌شود در آینده برای شناسایی روابط بین متغیرها، تحقیقات طولی نیز انجام گیرد.

نتایج پژوهش حاضر می‌تواند برای دو گروه مراکز حمایت از استارت‌آپ‌ها و اعضای تیم‌های استارت‌آپی کاربرد مثبتی به همراه داشته باشد که به صورت مختصر در ادامه آمده است.

همانطور که از نتایج تحقیق برآمده است، گرایش کارآفرینانه به عنوان متغیر میانجی رابطه بین خدمات شتاب‌دهنده و عملکرد استارت‌آپ‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهد. از این رو پیشنهاد می‌شود مراکز حمایت از تیم‌های استارت‌آپی مانند شتاب‌دهنده‌ها و انکوباتورها به این مهم توجه نمایند که تنها ارائه خدمات مادی متضمن موفقیت تیم‌ها نیست بلکه درجه گرایش کارآفرینانه می‌تواند در شرایط برابر ارائه خدمات، تفاوت چشمگیری در نتایج استارت‌آپ‌ها ایجاد نماید. آموزش‌های حرفه‌ای کسب و کار و توسعه فردی و همچنین کاربرد مکانیزم‌های هوشمندانه تاکید بر مدت زمان محدود ارائه خدمات، می‌تواند به تقویت گرایش کارآفرینانه در تیم‌ها کمک نماید.

یکی از مهمترین عوامل سنجش موفقیت شتاب‌دهنده‌ها، تعداد تیم‌هایی است که به صورت موفق دوره شتابدهی را پشت سر گذاشته و با جذب سرمایه مناسب، از شتاب‌دهنده خارج شده‌اند. پیشنهاد می‌شود شتاب‌دهنده‌ها جهت افزایش موفقیت تیم‌ها و جلب اعتماد اکوسیستم کارآفرینی، توجه ویژه‌ای به بررسی مسئله پیشران‌های خروج موفق تیم‌های استارت‌آپ از شتاب‌دهنده داشته باشند.

یکی از مهمترین دلایل موفقیت بسیاری از استارت‌آپ‌ها در ورود به بازار و جذب سرمایه، رفتار و انگیزه‌های اعضای تیم استارت‌آپ است. اگرچه تخصص اعضا در زمینه‌های مرتبط و مورد نیاز، عامل ضروری برای پیشبرد اهداف رقابتی کسب و کار به شمار می‌رود اما کافی به نظر نمی‌رسد. در این راستا پیشنهاد می‌شود بنیانگذاران تیم‌های استارت‌آپ در انتخاب اعضای تیم از نظر انگیزه و اشتیاق و گرایش کارآفرینانه برای انجام فعالیت دقت نموده تا از فرصت ایجاد شده توسط شتاب‌دهنده بهره کافی را برده و مراحل ایجاد و رشد کسب و کار را با موفقیت طی نمایند.

در نهایت، محورهای ذیل برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌گردد:

با توجه به اینکه تحقیق حاضر، تنها در شتاب‌دهنده‌هایی که در زمینه فناوری اطلاعات به ارائه خدمات می‌پردازند انجام شده است، پیشنهاد می‌گردد این موضوع در سایر شتاب‌دهنده‌های عمومی و تخصصی بررسی شود و نتایج آن با پژوهش حاضر مقایسه گردد. بر اساس تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته به نظر می‌رسد عاملی مانند تجربه قبلی کارآفرین در ایجاد کسب و کار می‌تواند رابطه خدمات ارائه شده در شتاب‌دهنده و خروج موفق استارت‌آپ از شتاب‌دهنده را تعدیل نماید که پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی مورد بررسی دقیق‌تر قرار گیرد. یکی از روندهای جدید پژوهشی در خدمات ارائه شده توسط شتاب‌دهنده‌ها، تاثیر این خدمات بر عواطف، انگیزه و اشتیاق کارآفرینانه تیم‌های استارت‌آپی است و شامل شکاف‌های قابل توجه برای تحقیق و پژوهش است که می‌تواند توسط محققان آتی مورد بررسی قرار گیرد. پژوهش‌های انجام شده در زمینه شتاب‌دهنده‌ها حول محور دو موضوع انجام شده‌اند، موضوع اول ساختار شتاب‌دهنده و تفاوت آن با انکوباتورها و موضوع دوم تفاوت عملکرد استارت‌آپ‌هایی که از خدمات شتاب‌دهنده استفاده نموده‌اند با سایر استارت‌آپ‌ها است. یکی از شکاف‌های تحقیقاتی در این زمینه، فرآیندهای درون شتاب‌دهنده و تاثیر فضای مشارکتی و رقابتی ایجاد شده در این مراکز بر عملکرد استارت‌آپ‌ها است. از این رو پیشنهاد می‌شود پژوهشگران آینده در بررسی‌های خود به این موارد نیز توجه نمایند.

منابع

حسینی مقدم، سید محمد رضا؛ حجازی، سید رضا (۱۳۹۳). "تاثیر گرایش کارآفرینی بر عملکرد بانک‌ها با متغیر میانجی بازارگرایی" توسعه کارآفرینی، ۷ (۲): ۲۱۱-۲۲۹.

- داوری، علی؛ شهپاز مرادی، سعید (۱۳۹۲). "شنا سایی تاثیر گرایش کارآفرینانه و عوامل سازمانی بر عملکرد کسب و کار، مورد مطالعه شرماهای فنی تابعه‌ی شرکت ملی نفت ایران" توسعه کارآفرینی، ۶ (۳) ۱۴۳-۱۲۵.
- Bańka, M., Salwin, M., Masłowski, D., Rychlik, S., & Kukurba, M. (2022). Start-up Accelerator: State of the Art and Future Directions. *European Research Studies*, 25(1), 477-510.
- Bauer, S., Obwegeser, N., & Avdagic, Z. (2016). Corporate Accelerators: Transferring Technology Innovation to Incumbent. *MCIS 2016 Proceedings. Paper* <https://aisel.aisnet.org/mcis2016/57>.
- Clausen, T., & Korneliussen, T. (2012). The relationship between entrepreneurial orientation and speed to the market: The case of incubator firms in Norway. *Technovation*, 32(9-10), 560-567.
- Cohen, S. (2013). What do accelerators do? Insights from incubators and angels. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 8(3-4), 19-25.
- Cohen, S., & Hochberg, Y. (2014). Accelerating startups: The seed accelerator phenomenon. *Published online at: <http://scholarship.richmond.edu/management-faculty-publications>*.
- Cohen, S., Fehder, D. C., Hochberg, Y. V., & Murray, F. (2019). The design of startup accelerators. *Research Policy*, 48(7), 1781-1797.
- Covin, J. G., & Wales, W. J. (2019). Crafting high-impact entrepreneurial orientation research: Some suggested guidelines. *Entrepreneurship theory and practice*, 43(1), 3-18.
- Del Sarto, N., Isabelle, D. A., & Di Minin, A. (2020). The role of accelerators in firm survival: An fsQCA analysis of Italian startups. *Technovation*, 90, <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2019.102102>.
- De Mol, E., Khapova, S. N., & Elfring, T. (2015). Entrepreneurial team cognition: A review. *International Journal of Management Reviews*, 17(2), 232-255.
- Dempwolf, C. S., Auer, J., & D'Ippolito, M. (2014). Innovation accelerators: Defining characteristics among startup assistance organizations. *Small Business Administration*, <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.36244.09602>.
- Hochberg, Y. V. (2016). Accelerating entrepreneurs and ecosystems: The seed accelerator model. *Innovation Policy and the Economy*, 16(1), 25-51.
- Kanbach, D. K., & Stubner, S. (2016). Corporate accelerators as recent form of startup engagement: The what, the why, and the how. *Journal of Applied Business Research*, 32(6), 1761-1766.
- Kiani, A., Yang, D., Ghani, U., & Hughes, M. (2022). Entrepreneurial passion and technological innovation: the mediating effect of entrepreneurial orientation. *Technology Analysis & Strategic Management*, 34(10), 1139-1152.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- Lim, J. H., & Kim, B. K. (2022). The relationship between entrepreneurial orientation and corporate performance: the mediating effects of product development speed and product quality. *Asian Journal of Technology Innovation*, 30(2), 276-294.
- Lukas, T. (2019). *Does context matter?: External and internal factors affecting success of accelerators in Estonia* (Doctoral dissertation, Tartu Ülikool).
- Miller, D. (2011). Miller (1983) revisited: A reflection on EO research and some suggestions for the future. *Entrepreneurship theory and practice*, 35(5), 873-894.
- Mishigragchaa, B. (2017). Accelerators as a Tool to Support Startup Ventures: Assessing Their Performance and Success Factors. Literature Review. *Studia i Prace WNEiZ US*, 48(1), 9-19.
- Moritz, A., Naulin, T., & Lutz, E. (2022). Accelerators as drivers of coopetition among early-stage startups. *Technovation*, 111, 102378. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102378>
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 761-787.
- Smith, S. W., & Hannigan, T. J. (2015). Swinging for the fences: How do top accelerators impact the trajectories of new ventures. *Druid*, 15, 15-17.
- Stayton, J., & Mangematin, V. (2019). Seed accelerators and the speed of new venture creation. *The Journal of Technology Transfer*, 44(4), 1163-1187.
- Uhm, C. H., Sung, C. S., & Park, J. Y. (2018). Understanding the accelerator from resources-based perspective. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(3), 258-278.
- Vincent, V. Z., & Zakkariya, K. A. (2021). Entrepreneurial Orientation and Startup Performance in Technology Business Incubation: Mediating Role of Absorptive Capacity. *Journal of Small Business Strategy*, 31(5), 100-116.
- Wales, W. J., Gupta, V. K., & Mousa, F. T. (2013). Empirical research on entrepreneurial orientation: An assessment and suggestions for future research. *International small business journal*, 31(4), 357-383.
- Wise, S., & Valliere, D. (2014). The impact on management experience on the performance of start-ups within accelerators. *The Journal of Private Equity*, 18(1), 9-19.
- Yang, S., Kher, R., & Lyons, T. S. (2018). Where Do Accelerators Fit in the Venture Creation Pipeline? Different Values Brought by Different Types of Accelerators. *Entrepreneurship Research Journal*, 8(4), 1-13.