



Designing a Specialized Corporate Accelerator Framework for Iran's Entrepreneurial Ecosystem

Saeed Heshmati*

*Corresponding Author, Ph.D. Candidate, Department of Entrepreneurship, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran. E-mail: saeedheshmati400@ut.ac.ir

Asef Karimi

Associate Prof., Department of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran. E-mail: asef.karimi@ut.ac.ir

Kamal Sakhdari

Associate Prof., Department of Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: kasakhdari@ut.ac.ir

Maysam Shafiee Roodposhti

Associate Prof., Department of Management and Accounting, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran. E-mail: maysam.shafiee@ut.ac.ir

Abstract

Objective

Corporate accelerators are among the critical drivers in enhancing entrepreneurial ecosystems and fostering sustainable economic development. Despite the increasing attention they have received in recent years from organizations and businesses, there remain significant gaps in understanding what corporate acceleration processes entail, why they are important, and how they function. Concurrently, organizations and firms are increasingly leveraging corporate accelerators to internalize opportunities presented by external startups. The primary hypothesis of this research is that successful global models of specialized corporate accelerators exist and that, based on these models, a contextually appropriate acceleration framework can be developed for Iran's entrepreneurial ecosystem. Accordingly, this study aims to design a specialized corporate acceleration process tailored to the unique dynamics of entrepreneurship in Iran. The central research

Citation: Heshmati, Saeed; Karimi, Asef; Sakhdari, Kamal & Shafiee Roodposhti, Maysam (2025). Designing a Specialized Corporate Accelerator Framework for Iran's Entrepreneurial Ecosystem. *Journal of Business Management*, 17(3), 896-917. <https://doi.org/10.22059/JIBM.2024.378591.4809> (in Persian)

Journal of Business Management, 2025, Vol. 17, No.3, pp. 896-917

Published by University of Tehran, Faculty of Management

<https://doi.org/10.22059/JIBM.2024.378591.4809>

Article Type: Research Paper

© Authors

Received: April 25, 2024

Received in revised form: June 15, 2024

Accepted: August 20, 2024

Published online: August 31, 2025



question is: What should be the framework and process of specialized corporate acceleration within the entrepreneurial ecosystem of Iran?

Methodology

This study adopts a qualitative, multiple-case study approach, supported by semi-structured interviews with 20 founders, managers, and mentors of corporate accelerators in Iran. Simultaneously, successful global acceleration models and programs were examined using benchmarking techniques to identify best practices, structures, and key operational mechanisms. The collected data were then categorized, and essential components were extracted to formulate a final framework for a specialized corporate accelerator suited to the entrepreneurial ecosystem of Iran. The proposed model encompasses 26 key indicators.

Findings

The primary research gap addressed in this study is the identification of key components contributing to successful acceleration processes in specialized corporate accelerators. The first major finding involves an analysis of 26 indicators identified through interviews with founders, managers, and mentors. These indicators were then evaluated to construct a tailored acceleration model aligned with the entrepreneurial ecosystem of Iran. Key findings include the analysis of global best practices in corporate acceleration, the delineation of effective acceleration processes, and the development of a proposed framework for a specialized corporate accelerator customized for the national context.

Conclusion

Given the growing importance of corporate accelerators as key drivers of sustainable economic development and integral components of the entrepreneurial ecosystem, this topic holds particular significance, especially in the Iranian context, where many aspects remain underexplored. This study concludes that although global models and processes of corporate acceleration exhibit considerable similarities, the design of specialized accelerators must be adapted to the specific entrepreneurial landscape of each country. While many core indicators are shared among successful global accelerators, their application may vary in developing countries like Iran. Furthermore, insights from global case studies indicate that there is substantial untapped potential in this field, especially within Iran, highlighting the need for further development and contextualized implementation.

Keywords: Accelerator, Corporate accelerator, Entrepreneurial ecosystem of Iran, Startup.



طراحی چارچوب شتاب‌دهنده سازمانی تخصصی متناسب با اکوسیستم کارآفرینی ایران

سعید حشمتی*

* نویسنده مسئول، دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، دانشکدگان فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران. رایانامه: saeedheshmati400@ut.ac.ir

آصف کریمی

دانشیار، گروه مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران. رایانامه: asef.karimi@ut.ac.ir

کمال سخدری

دانشیار، گروه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: kasakhdari@ut.ac.ir

میثم شفیعی رودپشتی

دانشیار، گروه مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران. رایانامه: maysam.shafiee@ut.ac.ir

چکیده

هدف: شتاب‌دهنده سازمانی، یکی از عوامل مؤثر در ارتقای اکوسیستم کارآفرینی و توسعه اقتصادی پایدار است. با وجود این، در سال‌های اخیر، شتاب‌دهنده‌های سازمانی در کانون توجه بسیاری از سازمان‌ها و کسب‌وکارها قرار گرفته‌اند؛ اما هنوز نقاط تاریک زیادی درباره اینکه فرایندهای شتاب‌دهنده‌های سازمانی چیست، چرا و چگونه کار می‌کنند، وجود دارد. از طرفی سازمان‌ها و کسب‌وکارها از شتاب‌دهنده‌های سازمانی برای درونی کردن فرصت‌های ارائه شده توسط استارت‌آپ‌های خارجی استفاده می‌کنند. فرضیه اصلی پژوهش حاضر این است که بر اساس مدل‌های شتاب‌دهنده سازمانی تخصصی موفق در دنیا، می‌توان مدل شتاب‌دهی مناسبی برای اکوسیستم کارآفرینی ایران طراحی کرد. بنابراین، در پژوهش حاضر، به دنبال طراحی یک فرایند شتاب‌دهی سازمانی تخصصی در اکوسیستم کارآفرینی ایران هستیم. هدف و سؤال اصلی این است که چارچوب و فرایند شتاب‌دهی در شتاب‌دهنده‌های سازمانی تخصصی در اکوسیستم کارآفرینی ایران، باید چگونه باشد؟

روش: در این پژوهش، هم‌زمان با جمع‌آوری اطلاعات از طریق مطالعات موردی چندگانه و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۲۰ نفر از بنیان‌گذاران، مدیران و مربیان شتاب‌دهنده‌های سازمانی در ایران، مدل‌ها و برنامه‌های موفق شتاب‌دهی و همچنین سازوکار و جزئیات مربوط به شتاب‌دهنده‌های سازمانی موفق جهان با روش الگوبرداری بررسی شدند. در پایان، داده‌های جمع‌آوری شده دسته‌بندی و مؤلفه‌های لازم شناسایی شد و مدل نهایی مربوط به شتاب‌دهنده سازمانی تخصصی متناسب با اکوسیستم کارآفرینی ایران، مشتمل بر ۲۶ شاخص ارائه شد.

استناد: حشمتی، سعید؛ کریمی، آصف؛ سخدری، کمال و شفیعی رودپشتی، میثم (۱۴۰۴). طراحی چارچوب شتاب‌دهنده سازمانی تخصصی متناسب با اکوسیستم کارآفرینی ایران. *مدیریت بازرگانی*، ۱۷(۳)، ۸۹۶-۹۱۷.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۰۶

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۳/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۳۰

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۶/۰۹

doi: <https://doi.org/10.22059/JIBM.2024.378591.4809>

مدیریت بازرگانی، ۱۴۰۴، دوره ۱۷، شماره ۳، صص. ۸۹۶-۹۱۷

ناشر: دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

نوع مقاله: علمی پژوهشی

© نویسندگان

یافته‌ها: هدف اصلی پژوهش حاضر، شناسایی مؤلفه‌های اصلی در فرایند شتاب‌دهی موفق در شتاب‌دهنده‌های سازمانی تخصصی است؛ بنابراین اولین یافته این پژوهش، بررسی ۲۶ شاخص شناسایی شده در مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با بنیان‌گذاران، مدیران و مربیان شتاب‌دهنده‌های سازمانی بود. سپس به‌منظور طراحی مدل شتاب‌دهی در شتاب‌دهنده‌های سازمانی تخصصی متناسب با اکوسیستم کارآفرینی ایران، باید این شاخص‌ها تجزیه و تحلیل می‌شد. در خصوص برخی از مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش، می‌توان به بررسی نمونه‌های موفق شتاب‌دهنده‌های سازمانی در دنیا، فرایند شتاب‌دهی مناسب برای شتاب‌دهنده سازمانی و در نهایت، طراحی چارچوب و مدل نهایی پیشنهادی برای شتاب‌دهنده سازمانی تخصصی متناسب با اکوسیستم کارآفرینی کشور ایران اشاره کرد.

نتیجه‌گیری: با توجه به اهمیت روزافزون پدیده شتاب‌دهنده‌های سازمانی، به‌عنوان عامل محرک توسعه اقتصادی پایدار و یکی از اعضای اکوسیستم کارآفرینی، این موضوع اهمیت بسیار زیادی دارد؛ اما زوایای پنهان زیادی در خصوص این پدیده، به‌ویژه در کشور ایران، وجود دارد. در این پژوهش و با توجه به نتایج به‌دست‌آمده می‌توان نتیجه گرفت که با وجود شباهت‌های بسیار زیاد در مدل‌ها و فرایندهای شتاب‌دهی در شتاب‌دهنده‌های سازمانی دنیا، طراحی شتاب‌دهنده‌های سازمانی تخصصی باید در هر کشور و متناسب با اکوسیستم کارآفرینی آن صورت پذیرد. همچنین چارچوب کلی شتاب‌دهنده‌های سازمانی موفق دنیا، شاخص‌های مشترک دارند؛ اما این شاخص‌ها ممکن است در برخی کشورها نظیر ایران که در حال توسعه است، متفاوت باشد. از طرفی با توجه به بررسی نمونه‌های موفق شتاب‌دهنده سازمانی در دنیا، می‌توان گفت که همچنان فضای کار بسیار زیادی در این حوزه، به‌ویژه در ایران، وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: استارت‌آپ، اکوسیستم کارآفرینی ایران، شتاب‌دهنده، شتاب‌دهنده سازمانی.

مقدمه

اکوسیستم کارآفرینی به مجموعه‌ای از عناصر، افراد، سازمان‌ها یا مؤسسه‌هایی گفته می‌شود که بر تصمیم فرد برای کارآفرین شدن و احتمال موفقیت یا شکست او در این مسیر تأثیرگذار است (فورفاس^۱، ۲۰۰۹). از جمله عناصر و اجزای اکوسیستم کارآفرینی، می‌توان به شتاب‌دهنده‌ها اشاره کرد (حشمتی و شفیع^۲، ۲۰۲۱). در سال ۲۰۱۹، کوهن و همکارانش در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر شتاب‌دهنده‌ها بر اکوسیستم کارآفرینی پرداختند. در این مطالعه، آن‌ها پس از بررسی ابعادی که یک شتاب‌دهنده می‌تواند بهبود ببخشد، به این نتیجه رسیدند که شتاب‌دهنده‌ها می‌توانند در ابعاد انسانی، تأمین مالی، زیرساختی و فرهنگی، یک اکوسیستم را تحت تأثیر قرار دهند (کوهن، فدر، هاجبرگ و موری^۳، ۲۰۱۹). در حقیقت، منظور از شتاب‌دهنده، سازمان یا کسب‌وکاری است که به استارت‌آپ‌ها کمک می‌کند تا از سختی‌های خلق یک ونچر جدید در مراحل ابتدایی عبور کنند و به‌صورت موفقیت‌آمیز، به بازار روانه شوند (کوهن و همکاران، ۲۰۱۹؛ دروری و رایت^۴، ۲۰۱۸). شتاب‌دهنده‌ها انواع مختلفی دارند که می‌توان به شتاب‌دهنده‌های سازمانی، شتاب‌دهنده استارت‌آپی، شتاب‌دهنده بذری و عناوین بسیار دیگری اشاره کرد. شتاب‌دهنده‌های سازمانی، به‌عنوان بخشی از اکوسیستم کارآفرینی شناخته می‌شوند که در راستای یک حوزه تخصصی مشخص و با مدیریت یک شرکت تثبیت شده در راستای به‌کارگیری نوآوری باز، فعالیت دارند (وایبلن و چسبرو^۵، ۲۰۱۵؛ یین و لو^۶، ۲۰۱۸).

این دسته از شتاب‌دهنده‌ها، به یک سازمان خاص وابسته‌اند و اهداف مدنظر سازمان مادر را تأمین می‌کنند. این شتاب‌دهنده‌ها، ممکن است در درون شرکت مادر یا به‌عنوان یک واحد مستقل فعالیت کنند (دل سارتو، ایزابل و دی مینین^۷، ۲۰۲۰). هدف اصلی شتاب‌دهنده سازمانی، شناسایی استارت‌آپ‌های کمابیش بالغ، برای رفع نیازمندی‌های فنی و تخصصی سازمان مادر و ارائه خدمات شتاب‌دهی آن‌هاست (محمود جویی، دوورت و اسکویرول^۸، ۲۰۱۸). این دسته از شتاب‌دهنده‌ها را می‌توان به‌عنوان پلتفرم نوآوری باز برای سازمان‌ها نیز معرفی کرد (کوست و گاتزکه^۹، ۲۰۱۷؛ کوپ، ماروال و بورچرز^{۱۰}، ۲۰۱۷).

آمارها حاکی از آن است که ۲۱۳ شتاب‌دهنده و ۳۸۰۰ استارت‌آپ، از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۳ در جهان تأسیس شده است (کلاریس، رایت و هوو^{۱۱}، ۲۰۱۶). در ایران نیز از سال ۱۳۹۲، در کنار انوباتورها و پارک‌های علم و فناوری، نهادهایی از جمله شتاب‌دهنده‌ها و سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر روی کار آمده و مشغول فعالیت در راستای توسعه اکوسیستم کارآفرینی هستند (حشمتی و شفیع^۲، ۲۰۲۱).

1. Forfas
2. Heshmati & Shafiee
3. Cohen, Fehder, Hochberg & Murray
4. Drori & Wright
5. Weiblen & Chesbrough
6. Yin & Luo
7. Del Sarto, Isabelle & Di Minin
8. Mahmoud-Jouini, Duvert & Esquirol
9. Coste & Gatzke
10. Kupp, Marval & Borchers
11. Clarysse, Wright & Hove

اما همچنان شتاب‌دهنده‌ها با چالش‌ها و مسائل مختلفی دست‌وپنجه نرم می‌کنند. از طرفی به نظر می‌رسد که بسیاری از استارت‌آپ‌هایی که زیر نظر این شتاب‌دهنده‌ها مشغول به فعالیت هستند، به خروجی مطلوب نرسیده یا از خدمات شتاب‌دهی رضایت ندارند (لوکوسیوت، جنسن و تانیف^۱، ۲۰۱۹). در این راستا، نه مطالعات عملی و نه دانشگاهی، به شرکت‌ها راهنمایی نمی‌کنند که چگونه یک شتاب‌دهنده سازمانی را تأسیس کنند (حشمتی و شفیعی، ۲۰۲۱). مهم‌تر از آن، با توجه به تنوع اهداف در برنامه‌های شتاب‌دهنده‌های سازمانی، فرایندها، مدل‌ها و پیکربندی‌های طراحی مختلف، از جمله ادغام سازمانی شتاب‌دهنده در شرکت مادر یا درگیری سهام در شرکت‌های نوپا، ممکن است وجود شتاب‌دهنده سازمانی برای تحقق اهداف خاص یک سازمان ضروری باشد (کانباخ و استابنر^۲، ۲۰۱۶).

با توجه به اهمیت رشد اکوسیستم کارآفرینی و نقش شتاب‌دهنده‌ها در اکوسیستم به‌عنوان یکی از عناصر کلیدی در توسعه پایدار اقتصادی و کارآفرینی جوامع (احمد و مک‌کوید^۳، ۲۰۱۵)، یکی از مسائلی که در این حوزه مطرح می‌شود، نحوه فعالیت و فرایندهای شتاب‌دهی در شتاب‌دهنده‌هاست. در واقع، اینکه این شتاب‌دهنده‌ها با چه مدل و فرایندی فعالیت کنند تا به خروجی مطلوب برسند، به‌عنوان یک موضوع در اکوسیستم کارآفرینی مطرح است. به عبارت دیگر، مشکلات بسیاری در طراحی یک مدل بهینه و جامع برای فرایند و برنامه شتاب‌دهی در شتاب‌دهنده‌های سازمانی وجود دارد. در کشور ایران، به‌عنوان یک کشور در حال توسعه، فعالیت‌هایی در زمینه شتاب‌دهنده‌ها صورت گرفته است؛ اما نیاز به توسعه بیشتر در این حوزه احساس می‌شود. در واقع با وجود شتاب‌دهنده‌های سازمانی در حوزه‌های تخصصی مختلف، همچنان مدل و فرایند شتاب‌دهی بهینه که به توسعه کسب‌وکار مادر و همچنین بهبود وضعیت اقتصادی و اکوسیستم کارآفرینی منجر شود، ارائه نشده است. همچنین شتاب‌دهنده‌های سازمانی موجود، در حوزه‌های مختلف تخصصی فعالیت دارند؛ اما فرایند شتاب‌دهی در تمام آن‌ها مشابه یکدیگر استفاده می‌شود. از این رو در پژوهش حاضر، به دنبال طراحی فرایند شتاب‌دهنده سازمانی تخصصی در اکوسیستم کشور ایران هستیم. بنابراین هدف و سؤال اصلی این است که چارچوب و فرایند شتاب‌دهی در شتاب‌دهنده‌های سازمانی تخصصی در اکوسیستم کارآفرینی ایران، باید چگونه باشد؟ فرضیه اصلی پژوهش این است که بر اساس مدل‌های موفق شتاب‌دهنده سازمانی تخصصی در دنیا، می‌توان مدل شتاب‌دهی متناسب با اکوسیستم کارآفرینی ایران طراحی کرد. بنابراین یکی دیگر از اهداف این تحقیق، بررسی نمونه‌های موفق شتاب‌دهنده سازمانی در دنیا و در نتیجه، شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های پیش نیاز برای طراحی چارچوب یک شتاب‌دهنده سازمانی تخصصی است که پس از مصاحبه با بنیان‌گذاران، مدیران و متورها در شتاب‌دهنده‌های سازمانی ایران، بتوان به مدلی برای چارچوب شتاب‌دهنده سازمانی متناسب با اکوسیستم کارآفرینی ایران دست یافت.

در ادامه، پس از بخش مرور ادبیاتی، در بخش روش‌شناسی، شرح کامل جزئیات مربوط به مراحل انجام پژوهش تشریح شده است؛ سپس در بخش نتایج و تحلیل، به بحث و بررسی نتایج حاصل از پژوهش و در انتها مدل فرایندی و پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی ارائه خواهد شد.

1. Lukosiute, Jensen & Tanev
2. Kanbach & Stubner
3. Ahmed & McQuaid

پیشینه نظری و تجربی پژوهش

اکوسیستم کارآفرینی

اکوسیستم کارآفرینی شامل مجموعه‌ای از بازیگران و عوامل وابسته به هم است و به گونه‌ای اداره می‌شود که کارآفرینی مولد را ممکن می‌سازند (استام^۱، ۲۰۱۵). اولین جزء این اصطلاح، کارآفرینی است: فرایندی که در آن فرصت‌ها برای ایجاد کالاها و خدمات جدید بررسی، ارزیابی و بهره‌برداری می‌شوند (استام و ون‌دون^۲، ۲۰۲۱).

اکوسیستم کارآفرینی محیطی برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه را فراهم می‌آورد (اتو، نامبیسان، توماس و رایت^۳، ۲۰۱۸). عوامل بسیاری وجود دارد که ممکن است به موفقیت یک اکوسیستم کارآفرینی منجر شود. تحقیقات نشان داده است که هشت عامل برای رسیدن به یک اکوسیستم کارآفرینانه موفق عبارت‌اند از: دسترسی به سرمایه، وجود برنامه‌های کارآفرینی، آموزش کارآفرینی، نوآوری، سیاست‌های مطلوب، تحقیق و توسعه، زیرساخت‌های تجاری - قانونی و سهولت قوانین ورود به کار (برگمن و مک‌مولن^۴، ۲۰۲۲؛ بنک و مسگم^۵، ۲۰۲۰؛ ۲۰؛ میخائیلوف، اولیویرا، پادولا و رایچرت^۶، ۲۰۲۱). همچنین محققان به این نتیجه رسیده‌اند که محرک‌هایی وجود دارند که در استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) برای ورود به اکوسیستم کارآفرینی انگیزه ایجاد می‌کنند. این عوامل شامل محرک‌های اجتماعی (شبکه‌سازی و همکاری و ارتباطات و اشتراک دانش)، محرک‌های منابع (دسترسی به منابع، پشتیبانی رسمی و غیررسمی و دسترسی به بازار) و محرک‌های شناختی (اهداف مشترک و ارزش‌های مشترک) است (محمدپرست طبس، کنشیا و کومولاینن^۷، ۲۰۲۲).

شش حوزه تأثیرگذار که در اکوسیستم‌های کارآفرینی نقش اساسی ایفا می‌کنند، عبارت‌اند از: فرهنگ سودمند، سیاست‌های حمایت و رهبری، دسترسی مالی موجود و مناسب، سرمایه انسانی باکیفیت بالا، بازاری با محصولات پرمخاطره و حمایت‌های سازمانی و زیربنایی (برگمن و مک‌مولن، ۲۰۲۰). تمام اکوسیستم‌های کارآفرینی شامل شش حوزه بالا هستند؛ اما می‌توان ادعان کرد که هر اکوسیستم منحصر به فرد است و عناصر پیچیده، خاص و تعاملات بی‌شماری را شامل می‌شود. هنوز نمی‌توان این عبارت را که اکوسیستم‌های کارآفرینی، به رهبران و کارآفرینان در محافظت از کسب‌وکار و نظارت آگاهانه آن کمک می‌کند؛ تأیید کرد (برگمن و مک‌مولن، ۲۰۲۲؛ رایت، سیگل و موستار^۸، ۲۰۲۰). اکوسیستم کارآفرینی اجزای مختلفی را شامل می‌شود، از جمله پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها و... که در ادامه به موضوع شتاب‌دهنده‌ها خواهیم پرداخت.

1. Stam

2. Stam & Van de Ven

3. Autio, Nambisan, Thomas & Wright

4. Bergman & McMullen

5. Banc & Messeghem

6. Mikhailov, Oliveira, Padula & Reichert

7. Mohammadparast Tabas, Kansheba & Komulainen

8. Wright, Siegel & Mustar,

شتاب‌دهنده سازمانی

شتاب‌دهنده‌ها به‌عنوان یکی از اجزای اصلی اکوسیستم کارآفرینی، برای اولین بار در اواسط دهه ۲۰۰۰ و به‌دلیل برخی از محدودیت‌های انکوباتورها ایجاد شده‌اند (دروری و رایت، ۲۰۱۸؛ کوهن^۱، ۲۰۱۴؛ مرگی و کاستا^۲، ۲۰۲۲)؛ بنابراین شتاب‌دهنده‌ها، در ابتدا به‌عنوان «مدل نسل جدید» انکوباتورها در نظر گرفته می‌شدند؛ اما در حال حاضر به‌عنوان یک فرم سازمانی متمایز و منحصربه‌فرد شناخته می‌شوند (لوکوسیوت و همکاران، ۲۰۱۹؛ برگمن و مک‌مولن، ۲۰۲۲). طبق گزارش‌ها، در سال ۲۰۱۱ حدود ۱۱۰ شتاب‌دهنده در سراسر جهان تأسیس شده است (باتیستلا، دی تونی و پسو^۳، ۲۰۱۷؛ براون، ماوسون، لی و پترسون^۴، ۲۰۱۹). همچنین در سال ۲۰۱۰، بیش از ۱۸۰ شرکت توسط شتاب‌دهنده‌های آمریکا مورد حمایت مالی قرار گرفته‌اند (مرگی و کاستا، ۲۰۲۲؛ پرکسل، هوبرت، بک، هایدن و پروگل^۵، ۲۰۱۹).

شتاب‌دهنده سازمانی است که در حمایت از تیم‌های استارت‌آپی، خدمات متعددی از جمله آموزش، منتورشیپ، شبکه‌سازی، معرفی به سرمایه‌گذار و مبلغی به‌عنوان سیدمانی ارائه می‌دهد. این دسته از سازمان‌ها فعالیت خود را از سال ۲۰۱۰ و با شکل‌گیری Ycombinator در ایالات متحده آمریکا آغاز کرده‌اند (ریشتر، جکسون و شیلداور^۶، ۲۰۱۸؛ گیدلی، پالمر و غریب^۷، ۲۰۲۳). دروری و رایت (۲۰۱۸) ویژگی شتاب‌دهنده‌ها را در داشتن یک فرایند برنامه‌باز و در عین حال بسیار رقابتی، ارائه سرمایه‌گذاری اولیه که معمولاً در ازای دریافت سهام از استارت‌آپ‌هاست؛ تمرکز بر تیم‌های کوچک، نه افراد؛ پشتیبانی با زمان محدود، شامل رویدادهای برنامه‌ریزی شده و مشاوره فشرده تعریف می‌کند. درواقع آن‌ها هدف شتاب‌دهنده‌ها را در بهبود توانایی جذب سرمایه‌گذار در پایان برنامه و ایجاد ارتباط به‌عنوان یک واسطه، بین استارت‌آپ‌ها و محیط بازار و اکوسیستم کارآفرینی در نظر گرفته‌اند (دروری و رایت، ۲۰۱۸؛ تبسم و همکاران^۸، ۲۰۲۰). همچنین آن‌ها معتقدند که برنامه شتاب‌دهی، علاوه بر اینکه به تسریع روند توسعه استارت‌آپ منجر می‌شود (دروری و رایت، ۲۰۱۸؛ مرگی و کاستا، ۲۰۲۲)، بر اکوسیستم کارآفرینی نیز تأثیر مثبتی دارد (دروری و رایت، ۲۰۱۸؛ کریسان، سالانتا، بلیو، بوردیان و بوندوشی^۹، ۲۰۲۱).

برنامه‌های شتاب‌دهی، برنامه‌هایی با مدت زمان محدود هستند که تقریباً سه تا شش ماه طول می‌کشند و شتاب‌دهنده در این مدت، خدمات حمایتی خود به استارت‌آپ‌ها را ارائه می‌کند (بانکا و همکاران^{۱۰}، ۲۰۲۳؛ بلیمل، فلورس، دی کلرک و مایلز^{۱۱}، ۲۰۱۹). در واقع، در این فرایند، مقدار کمی سرمایه اولیه، فضای کار اشتراکی، فرصت‌های

1. Cohen
2. Merguei & Costa
3. Battistella, De Toni & Pessot
4. Brown, Mawson, Lee & Peterson
5. Prexl, Hubert, Beck, Heiden & Prügl
6. Richter, Jackson & Schildhauer
7. Gidley, Palmer & Gharib
8. Tabassum et al.
9. Crişan, Salanță, Beileu, Bordean & Bunduchi
10. Bańka et al.
11. Bliemel, Flores, De Klerk & Miles

شبکه‌سازی، آموزش و مربیگری (متتورینگ) ارائه می‌شود (اتو و همکاران، ۲۰۱۸؛ باتیستلا و همکاران، ۲۰۱۷؛ کهلر^۱، ۲۰۱۶؛ منصوری، کارلسون و لوندکوئیست^۲، ۲۰۱۹).

دو مدل متفاوت از شتاب‌دهنده‌ها وجود دارد که عبارت‌اند از: شتاب‌دهنده‌های عمومی و شتاب‌دهنده‌های اختصاصی یا سازمانی (مرگی و کاستا، ۲۰۲۲؛ کریسان و همکاران، ۲۰۲۱). در سال‌های اخیر، شاهد توجه بیشتر به حوزه شتاب‌دهنده‌های سازمانی هستیم. شتاب‌دهنده‌های سازمانی مداخلات بازآفرینی^۳ هستند که برای «رشد و مدیریت سهام و ارزش شرکت‌های نوپا برای سرعت بخشیدن به نوآوری و به‌دست‌آوردن یک مزیت رقابتی» مورد استفاده قرار می‌گیرند (دمپوولف، آئور و دیپولیتو^۴، ۲۰۱۴). اهداف کلیدی آن‌ها، شتاب بخشیدن به نوآوری با سرعتی بیشتر از آنچه ممکن است در شرکت رخ دهد، یافتن محصولات بعدی (یا فراتر از آن)، بررسی محصولات یا تهدیدها برای محصولات موجود، ایجاد یک بازار جدید برای محصولات و در نهایت، توسعه شرکا و ارائه‌دهندگان خدمات از طریق مشارکت در شرکت‌های جدید است (کوپ و همکاران، ۲۰۱۷؛ چسبرو^۵، ۲۰۰۳). در شتاب‌دهنده‌های سازمانی، تمرکز بر نوآوری مخرب است که به‌سمت ایجاد و بهره‌برداری از بازارهای جدید و برآوردن نیازهای جدید مشتری متمرکز شده است (چسبرو، ۲۰۰۳؛ کریستنسن و رینور^۶، ۲۰۱۳).

هاینمن (۲۰۱۵) معتقد است که هدف اصلی این شتاب‌دهنده‌ها، کمک به نوآوری شرکت‌های تثبیت شده در راستای زنجیره ارزش و کانال‌های توزیع است (بوتز و مروژفسکی^۷، ۲۰۲۱؛ اوربانیک و ژور^۸، ۲۰۲۱؛ وایز و والیر^۹، ۲۰۱۴). ظهور شتاب‌دهنده سازمانی، ناشی از تمایل بسیاری از شرکت‌ها برای نزدیک کردن خود به نوآوری و دستیابی به فناوری نوظهور است (گونزالس اوریه و لدربی^{۱۰}، ۲۰۱۸؛ آسنوا^{۱۱}، ۲۰۲۱). شرکت‌ها به‌طور معمول برای نوآوری خارجی و تحریک و دستیابی به نوآوری سازمانی، از طریق تعامل با استارت‌آپ‌های کارآفرینانه، از شتاب‌دهنده‌های سازمانی استفاده می‌کنند (کوپ و همکاران، ۲۰۱۷؛ هاوسبرگ و کورک^{۱۲}، ۲۰۲۱؛ شانکر و شپرد^{۱۳}، ۲۰۱۹؛ باگنو، سالرنو، د سوزا جونیور و اوکانر^{۱۴}، ۲۰۲۰). البته مطالعات اندکی نیز، سایر اهداف استراتژیک همچون جوان‌سازی فرهنگ سازمانی و جذب استعداد را به‌عنوان اهداف شتاب‌دهنده‌های سازمانی بیان می‌کنند (نایر، گایم و دیموف^{۱۵}، ۲۰۲۲؛ رایت و همکاران، ۲۰۱۷).

1. Kohler
2. Mansoori, Karlsson & Lundqvist
3. Recreational Intervention
4. Dempwolf, Auer & D'ippolito
5. Chesbrough,
6. Christensen & Raynor
7. Butz & Mrožewski
8. Urbaniec & Žur
9. Wise & Valliere
10. Gonzalez-Urbe & Leatherbee
11. Assenova
12. Hausberg & Korreck
13. Shankar & Shepherd
14. Bagno, Salerno, de Souza Junior & O'Connor
15. Nair, Gaim & Dimov

مدل‌های موفق شتاب‌دهنده سازمانی

مدل‌های موفق شتاب‌دهی سازمانی تخصصی در دنیا، به‌عنوان الگوها و فرایندهای کلیدی برای ایجاد و مدیریت شتاب‌دهنده‌ها در سازمان‌ها شناخته می‌شوند. این مدل‌ها، معمولاً بر اساس تجربیات موفق، بهترین عملکردها و اصول علمی کارآزموده شتاب‌دهنده‌ها و شرکت‌های نوآوری در دنیا تشکیل می‌شوند. در زیر، به برخی از مدل‌های موفق شتاب‌دهنده سازمانی تخصصی در دنیا اشاره می‌شود:

۱. Y Combinator: یکی از معروف‌ترین و موفق‌ترین شتاب‌دهنده‌ها در دنیاست که در ایالات متحده فعالیت می‌کند و به‌عنوان یک شتاب‌دهنده تخصصی در زمینه فناوری اطلاعات و استارت‌آپ‌ها شناخته می‌شود. این شتاب‌دهنده با ارائه مراحل مختلف توسعه و مشاوره، به شرکت‌ها کمک می‌کند تا از مفهوم‌سازی ایده تا زمان ورود به بازار محصول، مسیر موفقیت را طی کنند.

۲. Techstars: این شتاب‌دهنده تخصصی نیز مقررات و فرایندهایی را در اختیار شرکت‌ها قرار می‌دهد تا در حوزه‌های مختلف از جمله فناوری، بهداشت و سلامت، حمل‌ونقل و مسائل کشاورزی فعالیت کنند.

۳. 500 Startups: یک شتاب‌دهنده تخصصی است که به بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌های فناوری اطلاعات و خدمات فناوری کمک می‌کند. این شتاب‌دهنده تخصصی بیش از ۵۰۰ استارت‌آپ در ده‌ها کشور جهان را تاکنون ارتقا داده است.

۴. Seedcamp: این شتاب‌دهنده تخصصی در لندن مستقر است و به استارت‌آپ‌ها در حوزه‌های مختلف، از جمله فناوری، سلامت، ورزش و حمل‌ونقل کمک می‌کند.

۵. StartX: شتاب‌دهنده تخصصی دانشگاه استنفورد که به بنیان‌گذاران و محققان دانشگاهی در حوزه‌های فناوری، علوم زندگی، و پزشکی کمک می‌کند (ریشتر و همکاران، ۲۰۱۸؛ گیدلی و همکاران، ۲۰۲۳؛ هوخبرگ^۱، ۲۰۱۶).

از جمله شتاب‌دهنده‌های مشهور سازمانی دیگر، می‌توان به شتاب‌دهنده‌های بایر (در زمینه مراقبت‌های بهداشتی)، آلیانز (بیمه)، دیزنی (سرگرمی) یا کوکاکولا (کالاهای بسته‌بندی شده) اشاره کرد (کانباخ و استابنر، ۲۰۱۶). این شتاب‌دهنده‌ها نمونه‌هایی از مدل‌های موفق شتاب‌دهنده سازمانی تخصصی در دنیا هستند که با توجه به دستاوردهای خود و ارائه زیرساخت‌ها و منابع مورد نیاز، به استارت‌آپ‌ها در راستای توسعه و موفقیت در بازار کمک می‌کنند. این مدل‌ها با استفاده از تجربیات خود و همچنین برخورداری از شبکه‌های گسترده، به بنیان‌گذاران و کارآفرینان کمک می‌کنند تا ایده‌های خود را به کسب‌وکارهای موفق تبدیل کنند.

فرایند شتاب‌دهی مناسب یک شتاب‌دهنده سازمانی تخصصی

فرایند شتاب‌دهی در یک شتاب‌دهنده سازمانی تخصصی، مجموعه‌ای از مراحل و فعالیت‌هاست که به استارت‌آپ‌ها کمک می‌کند تا بتوانند ایده‌های خود را به‌طور اصولی اجرا و به رشد پایدار برسند. این فرایند، به‌طور کلی، شامل مراحل مختلفی از انتخاب استارت‌آپ‌ها، ارزیابی و تحلیل ایده‌ها، ارائه زیرساخت‌ها و منابع، مشاوره و راهنمایی، تسهیل کسب‌وکار و ارتباط با سرمایه‌گذاران می‌شود. با توجه به درصد بالای نرخ شکست در استارت‌آپ‌ها و لزوم توجه به ابعاد مختلف ویژگی‌های

1. Hochberg

تیم‌های استراتژی، از قبیل کمبود زمان، دانش، سرمایه و نیروی انسانی و همچنین تأثیر مثبت عواملی نظیر شبکه‌سازی و حمایت‌های بیرونی از استارت‌آپ‌ها، لزوم توجه و پرداختن به مقوله فرایند شتاب‌دهی اصولی بسیار حائز اهمیت است (آقازاده، حقیقی، ترکستانی و زارع، ۱۴۰۲؛ یوسفیان آرانی، فیاضی، امین و داوری، ۱۴۰۱؛ فرتاش و حبیبی آشتیانی، ۱۴۰۱). در واقع فرایند شتاب‌دهی مناسب می‌تواند به موفقیت در توسعه یک استارت‌آپ و در نهایت، خروج موفق آن از یک شتاب‌دهنده سازمانی منجر شود.

فرایند شتاب‌دهی مناسب در یک شتاب‌دهنده سازمانی تخصصی شامل مراحل زیر است:

۱. انتخاب استارت‌آپ‌ها: در ابتدا، شتاب‌دهنده باید استارت‌آپ‌هایی را انتخاب کند که دارای پتانسیل برای رشد و موفقیت در حوزه کاری مرتبط باشند. این انتخاب بر اساس ارزیابی ایده‌ها، تیم‌ها، نیازها و اهداف استارت‌آپ‌ها انجام می‌شود. از طرفی، باید معیارهای انتخاب ایده‌ها بر مبنای اهداف و استراتژی‌های مدنظر شرکت مادر نیز باشد.
 ۲. ارزیابی ایده‌ها: در این مرحله، ایده‌ها و طرح‌های ارائه شده توسط استارت‌آپ‌ها تحت ارزیابی قرار می‌گیرند. این ارزیابی شامل ارزیابی تجاری، ارزیابی فنی و ارزیابی مالی است.
 ۳. ارائه زیرساخت‌ها و منابع: به استارت‌آپ‌ها زیرساخت‌ها و منابع لازم برای توسعه و اجرای ایده‌هایشان ارائه می‌شود. این زیرساخت‌ها می‌توانند شامل فضاهای کار اشتراکی، اتصال به شبکه‌های کارآفرینی، مشاوره‌ها و آموزش‌ها، تجهیزات فنی و همچنین سرمایه‌گذاری مالی باشند.
 ۴. مشاوره و راهنمایی: به استارت‌آپ‌ها مشاوره‌ها و راهنمایی‌های لازم برای پیشبرد ایده‌هایشان و مواجهه با چالش‌ها ارائه می‌شود. این مشاوره‌ها شامل مشاوره‌های تجاری، مدیریتی، فنی و بازاریابی می‌شود.
 ۵. تسهیل کسب‌وکار: شتاب‌دهنده به عنوان یک تسهیل‌کننده به استارت‌آپ‌ها کمک می‌کند تا بازارها را بهتر درک کنند و با موفقیت به آن‌ها وارد شوند. همچنین به استارت‌آپ‌ها در فرایند تصمیم‌گیری‌ها و رفع مشکلات کمک می‌شود.
 ۶. ارتباط با سرمایه‌گذاران: شتاب‌دهنده باید با سرمایه‌گذاران مختلف ارتباطات قوی داشته باشد تا بتواند سرمایه‌گذاری مناسب برای استارت‌آپ‌ها را فراهم آورد و به آن‌ها در جذب سرمایه کمک کند.
- در نهایت، فرایند شتاب‌دهی مناسب در یک شتاب‌دهنده سازمانی تخصصی، به عنوان یک فرایند پویا و چابک تعریف می‌شود که بر مبنای استراتژی و اهداف شرکت مادر، با تغییرات محیطی و نیازهای استارت‌آپ‌ها همگام می‌شود و باعث ایجاد کسب‌وکارهای نوآور و موفق می‌شود (ریشتر و همکاران، ۲۰۱۸؛ پترسون و همکاران^۱، ۲۰۱۲؛ قریشی و اصغری^۲، ۲۰۱۹؛ باوئر، اوبوئگسر و آوداجیک^۳، ۲۰۱۶؛ موشنر، فینک، کورپروایت، واگنر و هرشتات^۴، ۲۰۱۹).

1. Petersson et al.

2. Ghorashi & Asghari

3. Bauer, Obwegeser & Avdagic

4. Moschner, Fink, Kurpuweit, Wagner & Herstatt

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش ابتدا با مطالعه و مرور پیشینه پژوهش، چارچوب نظری تحقیق مشخص شد. سپس با استفاده از روش تحقیق کیفی، به صورت مطالعه موردی^۱، مؤلفه‌های چارچوب مفهومی تحقیق شناسایی می‌شوند. در این فرایند، از ابزار مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته، بررسی وبسایت و بررسی اسناد و مدارک نیز استفاده می‌شود. نمونه‌های مورد بررسی این موردکاوی چندگانه^۲، شتاب‌دهنده‌های سازمانی کشور ایران هستند.

همزمان با جمع‌آوری اطلاعات، به روش مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، مدل‌ها و برنامه‌های موفق شتاب‌دهی و همچنین سازوکار و جزئیات مربوط به شتاب‌دهنده‌های سازمانی موفق در دنیا، به روش الگوبرداری^۳ مورد بررسی قرار می‌گیرند. در انتها، داده‌های جمع‌آوری شده، دسته‌بندی می‌شود و مؤلفه‌های لازم شناسایی و مدل نهایی مربوط به یک شتاب‌دهنده سازمانی با فرایند بهینه، ارائه می‌شود.

جمع‌آوری اطلاعات

همان طور که می‌دانیم، روش‌های جمع‌آوری اطلاعات در تحقیق‌های کیفی مشاهده، مصاحبه و مراجعه به اسناد است. با توجه به نیمه ساختاریافته بودن مصاحبه‌ها، سؤال‌ها به صورت باز بود و با ۲۰ نفر از افرادی که به عنوان بنیان‌گذار یا مدیر یا منتور در شتاب‌دهنده‌های سازمانی ایران بودند، مصاحبه شد. برای این منظور با مراجعه به سایت‌های تخصصی در اکوسیستم کارآفرینی کشور ایران، نظیر سایت اکوموتیو و پایگاه معاونت علمی، فناوری ریاست جمهوری ایران، ابتدا فهرستی از تمام شتاب‌دهنده‌های سازمانی که از این سازمان مجوز اخذ کرده‌اند، استخراج شد. این فهرست، شامل ۵۹ شتاب‌دهنده سازمانی است که در شهرهای مختلف کشور قرار دارند. از میان این تعداد، ۵ مورد از شتاب‌دهنده‌های سازمانی که دارای برند و سابقه فعالیت طولانی‌تر و همچنین، فعالیت‌های بیشتر در اکوسیستم کارآفرینی کشور بودند، انتخاب شدند. با توجه به پیشینه نظری پژوهش در حوزه شتاب‌دهنده‌ها، نمونه‌های انتخاب شده باید ویژگی‌های زیر را داشته باشند (ون هویگوورت و ریتزن^۴، ۲۰۱۲؛ دمپولف و لایلز^۵، ۲۰۱۲؛ میلر و باند^۶، ۲۰۱۱):

- در یک حوزه تخصصی مشخص باشند.
- به ازای دریافت درصد سهام، سیدمانی به تیم‌های استارت‌آپی ارائه کنند.
- به جای استفاده از افراد، از تیم‌های استارت‌آپی حمایت کنند.
- دوره زمانی شتاب‌دهی محدود و مشخص داشته باشند.
- از مشاور و منتور برای هدایت تیم‌های استارت‌آپی استفاده کند.
- جلسه ارائه به سرمایه‌گذار داشته باشد.

1. Case Study
 2. Multiple Case Study
 3. Benchmarking
 4. van Huijgevoort & Ritzen
 5. Dempwolf & Lyles
 6. Miller & Bound

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات داده‌ها

در تحلیل اطلاعات این پژوهش، از روش آنالیز تم استفاده شده است. طبق تعریف براون و کلارک^۱ (۲۰۰۶) تحلیل مضمون روشی برای تعیین، تحلیل و گزارش طرح‌واره‌های موجود در اطلاعات است. به‌منظور دستیابی به مؤلفه‌های لازم برای تعریف چارچوب طراحی شتاب‌دهنده‌های سازمانی تخصصی، لازم است که توصیف دقیقی از تم‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه ارائه شود. همچنین با توجه به مشخص بودن سؤال تحقیق، چارچوب نظری به‌صورت فرضیه تعریف می‌شود.

در روش تحلیل تم، پس از مکتوب‌کردن مصاحبه‌ها و مشاهدات، مکتوبات براساس محتوای بیان شده و سؤال‌های تحقیق به‌طور دقیق بررسی می‌شود. برای انجام این کار، از نرم‌افزار اطلس تی استفاده شده است. این چارچوب به‌صورت کدهای اولیه و ثانویه، از طریق نرم‌افزار مکس کیودا استخراج خواهد شد. به‌منظور کدگذاری داده‌ها، ابتدا پس از مطالعه اولیه متن مصاحبه‌ها و انتخاب جمله‌های مرتبط با موضوع، فهرست اولیه‌ای از ایده‌های موجود در داده‌ها و نکات جالب آن‌ها تهیه شد. سپس همان‌طور که در قسمت زیر مشخص است، مصاحبه‌ها در نرم‌افزار مکس کیودا کدگذاری اولیه شد. آن بخش‌هایی از متن مصاحبه که مرتبط با موضوع پژوهش مرتبط بود، شناسایی و کد مرتبط با آن وصل شد. شکل ۱ نمونه‌ای از متن مصاحبه در این نرم‌افزار است.

The screenshot shows the Atlas.ti software interface. On the left, there is a 'Document Browser' with 16 paragraphs listed. Each paragraph has a corresponding icon and a brief description of its content. The main text area on the right displays the content of paragraph 12, which discusses the importance of innovation and the role of the organization in this process. The text is in Persian and mentions various concepts like 'innovation', 'organization', and 'development'.

شکل ۱. کدگذاری مصاحبه در نرم‌افزار مکس کیودا

در نهایت، اطلاعات و داده‌های حاصل از مطالعه و بررسی نمونه‌های موفق دنیا و همچنین مصاحبه‌های انجام شده، مورد ارزیابی و تطبیق قرار گرفت و مدل و فرایند نهایی و بهینه استخراج شد.

نتایج و تحلیل

در این بخش فراوانی کدها و نمودار مرتبط با پژوهش نگارش شده است. شایان ذکر است که کدها چندین بار مرور شدند و ارتباط آن با متون مصاحبه بررسی شد.

جدول ۱. مؤلفه‌ها و شاخص‌های پیش‌نیاز برای طراحی چارچوب

Percentage	Segments	
۹/۶۲	۶۹	معیارهای سنجش و گزینش تیم‌های استارت‌آپی و نحوه جذب آن‌ها (+)
۸/۶۵	۶۲	حمایت از نوآوری و تحقیق و توسعه
۷/۳۹	۵۳	نوع شتابدهی (cycle یا ongoing)، فرایند شتابدهی، برنامه شتابدهی
۷/۱۱	۵۱	توانایی شرکت مادر و شتاب‌دهنده در تأمین مالی و زیرساخت‌ها (+) (+)
۵/۴۴	۳۹	مرب‌گیری و مشاوره (منتورینگ) (میزان تحصیلات، میزان تجربه و...)
۵/۴۴	۳۹	چشم‌انداز، اهداف، مأموریت و استراتژی شرکت مادر و شتاب‌دهنده (+)
۵/۰۲	۳۶	شرکت مادر
۵/۰۲	۳۶	ساختار و معماری سازمانی و قوانین و مقررات موجود در شتاب‌دهنده (+)
۴/۷۴	۳۴	میزان دسترسی به منابع مالی و سرمایه، جذب سرمایه و نحوه سرمایه
۴/۱۸	۳۰	ساختار ذهنی و فکری مدیران شرکت مادر در حمایت و پذیرش ایده‌ها (+)
۳/۷۷	۲۷	شبکه‌سازی و ارتباطات، ارتباط با دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی
۳/۷۷	۲۷	زیرساخت‌ها و شرایط موجود، فضای کارآفرینی و همکاری و کار تیمی (+)
۳/۶۳	۲۶	اکوسیستم کارآفرینی
۳/۳۵	۲۴	فرهنگ سازمانی شرکت مادر، حمایت و پشتیبانی مالی، مسئولیت اجتماعی
۳/۳۵	۲۴	میزان مقبولیت مدیر شتاب‌دهنده و پذیرش پیشنهادها استراتژیک شتاب‌ده
۲/۷۹	۲۰	وضعیت اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه (+) (+)
۲/۲۳	۱۶	میزان دخالت و تأثیر هیئت‌مدیره شرکت مادر در تصمیم‌گیری‌های شتاب
۲/۲۳	۱۶	ارزیابی عملکرد تیم‌های استارت‌آپی و مدیریت ریسک توسط شتاب‌دهنده
۲/۲۳	۱۶	الگوبرداری و استانداردسازی از نمونه‌های موفق شتاب‌دهنده دنیا
۲/۰۹	۱۵	رهبری در شتاب‌دهنده
۲/۰۹	۱۵	زیرساخت‌های فنی و تولید، فضای کار اشتراکی، تجهیزات و لوازم و ..
۱/۸۱	۱۳	ایجاد زنجیره ارزش توسط شتاب‌دهنده (+)
۱/۳۹	۱۰	نوع تیم اجرایی و مدیریتی شتاب‌دهنده و چابک بودن آن‌ها
۱/۲۶	۹	قوانین و مقررات دولت و حاکمیت، حمایت‌ها و تسهیلات دولتی
۰/۹۸	۷	میزان ظرفیت شتاب‌دهنده در پذیرش تیم استارت‌آپی
۰/۴۲	۳	شتاب‌دهنده سازمانی
۱۰۰/۰۰	۷۱۷	TOTAL

با توجه به فراوانی کدها و همچنین ارتباط کدهای اصلی و فرعی، کدگذاری‌ها توسط نخبگان این حوزه بررسی و تنظیم شد و در نهایت مدل نهایی به‌دست آمد. نکتهٔ حائز اهمیت این است که باید این کدها در ۳ دسته‌بندی تقسیم شوند: ۱. موارد مرتبط با شتاب‌دهنده؛ ۲. موارد مرتبط با شرکت مادر؛ ۳. موارد مرتبط با اکوسیستم کارآفرینی. در این مرحله، می‌توان مضامین پیشنهادشده جهت تحلیل داده‌ها را تعریف و تعدیل و داده‌ها را بر اساس آن‌ها تحلیل کرد. در این گام، شبکه‌های مضامین رسم شده، بررسی و تجزیه و تحلیل شد. در واقع، در این بخش مقوله‌های پژوهش در قالب ۲۶ شاخص تعریف شد که در نهایت، مدل نهایی این پژوهش که در ادامه به آن خواهیم پرداخت، استخراج شد.

در واقع با در نظر گرفتن مرور ادبیات انجام شده و پیشینهٔ تحقیق، مدل‌های مرتبط و شاخص‌های اصلی موضوع، مصاحبه‌های انجام شده و نظرهای خبرگان و در نهایت، برداشت‌های محقق از مصاحبه‌ها و ۲۶ شاخص تعریف شده، مدل مفهومی پژوهش در سه دسته اصلی شتاب‌دهنده، شرکت مادر و اکوسیستم کارآفرینی ارائه شد.

نتیجه‌گیری و بحث

چارچوب شتاب‌دهندهٔ سازمانی یک مدل یا ساختار است که به کارآفرینان و شرکت‌ها کمک می‌کند تا فرایند توسعه و رشد سازمانی خود را در راستای رسیدن به اهداف و موفقیت‌های بیشتر بهبود بخشند و بتوانند در یک فرایند اصولی و بهینه، شتاب‌دهندهٔ سازمانی خود را راه‌اندازی و مدیریت کنند. این چارچوب، معمولاً شامل اصول، رویکردها، ابزارها، روش‌ها و فرایندهای مختلف است که بر مبنای نظر محققان، نظریه‌پردازان یا کارآفرینان موفق ترسیم و تحلیل شده است. در واقع، چارچوب شتاب‌دهندهٔ سازمانی می‌تواند به‌عنوان یک راهنما و نقشه‌راه برای کارآفرینان، به آن‌ها کمک کند تا بهترین تصمیم‌ها را در زمینه‌های مختلف مانند استراتژی‌ها، بازاریابی، مالی، منابع انسانی و فناوری اتخاذ کنند. مدل‌های موفق شتاب‌دهندهٔ سازمانی تخصصی در دنیا، نه تنها به استارت‌آپ‌ها امکان می‌دهند تا از ایده‌های نوآورانه خود بهره‌برداری کنند، بلکه با ارائه زیرساخت‌ها و منابع لازم و مشاوره‌ها و راهنمایی‌های حرفه‌ای، به آن‌ها در توسعه و رشد نیز کمک می‌کنند. عوامل کلیدی موفقیت این مدل‌ها عبارت‌اند از: انتخاب استارت‌آپ‌های مناسب، فرایند شتاب‌دهی مؤثر، ارتباط با سرمایه‌گذاران و تسهیل‌کنندگی. برای دستیابی به موفقیت، لازم است این شتاب‌دهنده‌ها از چارچوب و فرایند اصولی و بهینه برخوردار باشند.

در اکوسیستم کارآفرینی ایران نیز، ایجاد چارچوب شتاب‌دهندهٔ سازمانی تخصصی می‌تواند به‌عنوان یکی از ابزارهای حیاتی برای حمایت از استارت‌آپ‌ها و کارآفرینان مؤثر باشد. این چارچوب شامل ابزارها و فرایندهایی است که استارت‌آپ‌ها را از مراحل ابتدایی مفهوم‌سازی ایده تا ورود محصول به بازار و تسویه حساب با سرمایه‌گذاران، همراهی می‌کند. اما متأسفانه در زمینهٔ طراحی چارچوب یک شتاب‌دهندهٔ سازمانی تخصصی و فرایندهای اجرایی آن، تحقیقات کمی صورت پذیرفته است. همچنین سؤال‌ها و چالش‌های بسیاری دربارهٔ چگونگی راه‌اندازی یک شتاب‌دهندهٔ سازمانی تخصصی موفق و متناسب با اکوسیستم کارآفرینی کشور ایران وجود دارد.

این چارچوب بایستی شامل ابزارها و فرایندهایی باشد که استارت‌آپ‌ها را از مراحل ابتدایی مفهوم‌سازی ایده تا ورود

محصول به بازار و تسویه حساب با سرمایه‌گذاران، همراهی کند. همچنین، این چارچوب باید بتواند با ارتقای مستمر و تطبیق با نیازها، استارت‌آپ‌ها را در مسیر موفقیت و رشد پایدار همراهی کند. نه تنها این چارچوب شتاب‌دهنده سازمانی به استارت‌آپ‌ها کمک می‌کند، بلکه می‌تواند برای اکوسیستم کارآفرینی ایران نیز مزیت‌هایی ایجاد کند. ایجاد این چارچوب به ایجاد بستری مناسب برای جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی، توسعه فناوری و ایجاد شرکت‌های نوآور و پویا منجر شود. همچنین، این چارچوب می‌تواند نقشه‌راهی برای کارآفرینان ایران ایجاد کند و به آن‌ها انگیزه و اعتمادبه‌نفس بیشتری برای توسعه کسب‌وکارهای نوظهور بخشد.

در این پژوهش تلاش شد تا از طریق موردکاوی چندگانه و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۲۰ نفر از بنیان‌گذاران، مدیران و متوهرهای شتاب‌دهنده‌های سازمانی در ایران، پاسخ برخی از این سؤالات مشخص شود. بدین منظور، در این پژوهش، هم‌زمان با جمع‌آوری اطلاعات به‌روش مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، مدل‌ها و برنامه‌های موفق شتاب‌دهی و همچنین، سازوکار و جزئیات مربوط به شتاب‌دهنده‌های سازمانی موفق در دنیا، به‌روش الگوبرداری بررسی شد. در انتها، داده‌های جمع‌آوری شده دسته‌بندی شدند و مؤلفه‌های لازم شناسایی شد. مدل نهایی مربوط به یک شتاب‌دهنده سازمانی تخصصی متناسب با اکوسیستم کارآفرینی ایران که مشتمل بر ۲۶ شاخص است، به‌صورت زیر ارائه شد.



شکل ۲. مدل نهایی پژوهش

این مدل به‌خوبی نشان می‌دهد که اکثر شاخص‌های به‌دست‌آمده مربوط به داخل یک شتاب‌دهنده سازمانی است. به بیان دیگر، طراحی یک شتاب‌دهنده سازمانی و در نظر گرفتن شاخص‌های ذکر شده در شکل ۲، نسبت به شاخص‌های مربوط به شرکت مادر و اکوسیستم کارآفرینی که در خارج از شتاب‌دهنده قرار دارند، اهمیت بیشتری دارد. از طرفی شش مورد از شاخص‌ها در بین سه دسته تعریف شده مشترک است که شامل میزان دخالت و تأثیر هیئت‌مدیره شرکت مادر در تصمیم‌گیری‌های شتاب‌دهنده، میزان مقبولیت مدیر شتاب‌دهنده و پذیرش پیشنهادها، استراتژیک شتاب‌دهنده، حمایت از نوآوری و تحقیق و توسعه، تأمین زیرساخت‌ها و ساختار کلی، میزان دسترسی به منابع مالی و

سرمایه، جذب سرمایه و نحوه سرمایه، چشم‌انداز، اهداف، مأموریت و استراتژی است. این موضوع نقاط اشتراک بین سه دسته تعریف شده را نشان می‌دهد. در واقع، می‌توان گفت در صورتی می‌توان یک شتاب‌دهنده سازمانی موفق و بهینه را طراحی کرد که هر سه دسته تعریف شده، یعنی شتاب‌دهنده، شرکت مادر و اکوسیستم کارآفرینی، در تعامل و ارتباط سازنده با یکدیگر قرار داشته باشند.

نکته مهم دیگر اینکه اگر ۲۶ مورد شاخص تعریف شده را بررسی کنیم، به این موضوع خواهیم رسید که برخی از این شاخص‌ها در راستای مباحث زیرساختی و ساختاری، برخی دیگر در حوزه مدیریتی و اجرایی، برخی دیگر در حوزه منابع و حمایت‌های مورد نیاز مالی و غیرمالی و ... است؛ از این رو می‌توان گفت این موضوع بیانگر چند بعدی بودن این شاخص‌هاست. به عبارت دیگر، با توجه به نظر خبرگان در مصاحبه‌های انجام شده، اهمیت هر یک از شاخص‌ها و همچنین نحوه پیاده‌سازی این چارچوب واضح است.

موضوع دیگری که باید در خصوص مدل پژوهش گفت، این است که در داخل یک شتاب‌دهنده، بخش‌ها و مباحث بسیار زیادی از جمله استارت‌آپ‌ها، منتورها، برنامه شتاب‌دهی و ... مورد توجه قرار می‌گیرد. در این چارچوب سعی شده است تا تمام آنچه بیان شد، لحاظ شود؛ اما قاعدتاً می‌توان در تحقیقات آینده، به صورت عمیق‌تر به هریک از این موارد پرداخت. به عبارت دیگر می‌توان گفت که هر یک از شاخص‌های استخراج شده در این پژوهش، خود می‌تواند یک موضوع پژوهشی برای تحقیقات آتی باشد.

پیشنهادهای آتی پژوهش

پیشنهادهای زیر می‌توانند به کشف قوت‌ها و ضعف‌های اکوسیستم کارآفرینی ایران و بهبود کارکردهای چارچوب شتاب‌دهنده سازمانی و در نهایت دستیابی به اکوسیستمی پویا، نوآور و پایدار کمک کنند.

۱. مطالعه تأثیرهای بلندمدت شتاب‌دهنده‌ها: پژوهش‌های آینده می‌توانند تأثیرهای بلندمدت شتاب‌دهنده‌ها بر رشد و پایداری استارت‌آپ‌ها و همچنین توسعه پایدار اقتصادی اکوسیستم کارآفرینی را بررسی و ضعف‌ها و قوت‌های این ابزارها را تجزیه و تحلیل کنند.

۲. ارتباط بین شتاب‌دهنده‌ها و بخش‌های دولتی: پژوهش‌ها می‌توانند به بررسی ارتباط و تعامل شتاب‌دهنده‌ها با بخش‌های دولتی و سیاست‌گذاران در کشور کمک کنند تا راه کارهای بهبود این ارتباط و همکاری بیشتر مشخص شود.

۳. سازوکار ارزیابی عملکرد شتاب‌دهنده‌های سازمانی: در زمینه ارزیابی عملکرد شتاب‌دهنده‌های سازمانی، نه تنها در ایران، بلکه در دنیا نیز تحقیق کاملی انجام نشده است. در واقع سازوکاری برای ارزیابی شتاب‌دهنده‌های سازمانی طراحی نشده است. از طرفی، پژوهش‌های معرفی بهترین شتاب‌دهنده‌ها در ایران می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا به انتخاب بهترین مراکز شتاب‌دهنده برای توسعه کسب و کارهای خود بپردازند.

۴. رابطه میزان موفقیت ایده‌ها و تناسب آن‌ها با ویژگی‌های یک شتاب‌دهنده سازمانی: در تحقیقات گذشته به این موضوع اشاره شده است که بین موفقیت یک ایده و استارت‌آپ با ویژگی‌ها و فرایند برنامه شتاب‌دهی یک شتاب‌دهنده سازمانی، رابطه جدی وجود دارد؛ اما باید به صورت عمیق این موضوع بررسی شود.

۵. چگونگی و میزان تأثیر ارتباط شرکت مادر و شتاب‌دهنده‌های سازمانی تخصصی: نحوه ارتباط و چالش‌های موجود در ارتباط بین شرکت مادر و تیم اجرایی شتاب‌دهنده سازمانی، یکی دیگر از چالش‌های بسیار مهم است. از طرفی بررسی میزان اثرگذاری تصمیم‌ها و دخالت هیئت‌مدیره شرکت مادر در فرایندهای اجرایی و برنامه شتاب‌دهی یک شتاب‌دهنده سازمانی، از جمله عواملی است که باید در تحقیقات آینده به آن پرداخته شود.

منابع

آقازاده، هاشم؛ حقیقی، محمد؛ ترکستانی، محمدصالح و زارع، محمدصادق (۱۴۰۲). بررسی فرایند و عوامل مؤثر بر برندسازی استارت‌آپ‌ها در ایران: مطالعه چندموردی. *مدیریت بازرگانی*، ۱۵(۱)، ۲۷-۵۳.

فرتاش، کیارش و حبیبی آشتیانی، علیرضا (۱۴۰۱). تأثیر نوآوری در مدل کسب‌کار بر عملکرد شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه شریف. *مدیریت بازرگانی*، ۱۴(۳)، ۴۰۱-۴۱۷.

یوسفیان آرانی، وحید؛ فیاضی، مرجان؛ امین، فرشته و داوری، علی (۱۴۰۱). شناسایی ابعاد مدل تاب‌آوری فردی بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌های ایرانی. *مدیریت بازرگانی*، ۱۴(۴)، ۷۴۱-۷۶۹.

References

- Aghazadeh, H., Haghighi, M., Torkestani, M. S. & Zare, M. S. (2023). Investigating the Process and Factors Affecting the Branding of Startups in Iran: A Multiple-Case Study. *Journal of Business Management*, 15(1), 27-53. (in Persian)
- Ahmed, A. & McQuaid, R. W. (2005). Entrepreneurship, management, and sustainable development. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 1(1), 6-30.
- Assenova, V. A. (2021). Institutional change and early-stage start-up selection: Evidence from applicants to venture accelerators. *Organization Science*, 32(2), 407-432.
- Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. & Wright, M. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic entrepreneurship journal*, 12(1), 72-95.
- Bagno, R. B., Salerno, M. S., de Souza Junior, W. C. & O'Connor, G. C. (2020). Corporate engagements with startups: antecedents, models, and open questions for innovation management. *Product: Management and Development*, 18(1), 39-52.
- Banc, C. & Messeghem, K. (2020). Discovering the entrepreneurial micro-ecosystem: The case of a corporate accelerator. *Thunderbird International Business Review*, 62(5), 593-605.
- Bańka, M., Salwin, M., Marczevska, M., Sychowicz, M., Kłos, J. & Rychlik, S. (2023). Startup accelerators: research directions and gaps. *Organizacja i Kierowanie*, 192(1), 93-127.
- Battistella, C., De Toni, A. F. & Pessot, E. (2017). Open accelerators for start-ups success: a case study. *European Journal of Innovation Management*, 20(1), 80-111.

- Bauer, S., Obwegeser, N. & Avdagic, Z. (2016). Corporate accelerators: transferring technology innovation to incumbent companies. In *MCIS 2016 Proceedings* (p. 57). AIS Electronic Library (AISeL).
- Bergman, B. J. & McMullen, J. S. (2022). Helping entrepreneurs help themselves: A review and relational research agenda on entrepreneurial support organizations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(3), 688-728.
- Bliemel, M., Flores, R., De Klerk, S. & Miles, M. P. (2019). Accelerators as start-up infrastructure for entrepreneurial clusters. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(1-2), 133-149.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Brown, R., Mawson, S., Lee, N. & Peterson, L. (2019). Start-up factories, transnational entrepreneurs and entrepreneurial ecosystems: unpacking the lure of start-up accelerator programmes. *European Planning Studies*, 27(5), 885-904.
- Butz, H. & Mrożewski, M. J. (2021). The selection process and criteria of impact accelerators. An exploratory study. *Sustainability*, 13(12), 6617.
- Chesbrough, H. (2003). The logic of open innovation: managing intellectual property. *California management review*, 45(3), 33-58.
- Christensen, C. & Raynor, M. (2013). The innovator's solution: Creating and sustaining successful growth. Harvard Business Review Press.
- Clarysse, B., Wright, M. & Hove, J. V. (2016). A look inside accelerators in the United Kingdom: Building technology businesses. In *Technology Entrepreneurship and Business Incubation: Theory Practice Lessons Learned* (pp. 57-86).
- Cohen, S. L. (2014). Accelerating startups: The seed accelerator phenomenon. *ssrn Journal*, 1.
- Cohen, S., Fehder, D. C., Hochberg, Y. V. & Murray, F. (2019). The design of startup accelerators. *Research Policy*, 48(7), 1781-1797.
- Coste, J. D. & Gatzke, S. (2017). A novel approach to innovation platforms: Symbiotic on/off spaces, cross-industry sponsor. *New Space*, 5(3), 155-162.
- Crişan, E. L., Salanță, I. I., Beleiu, I. N., Bordean, O. N. & Bunduchi, R. (2021). A systematic literature review on accelerators. *The Journal of Technology Transfer*, 46(1), 62-89.
- 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, 102102.
- Dempwolf, C. S. & Lyles, L. W. (2012). The uses of social network analysis in planning: A review of the literature. *Journal of Planning Literature*, 27(1), 3-21.
- Dempwolf, C. S., Auer, J. & D'ippolito, M. (2014). Innovation accelerators: Defining characteristics among startup assistance organizations. *Small Business Administration*, 10(1), 44.
- Drori, I. & Wright, M. (2018). Accelerators: characteristics, trends and the new entrepreneurial ecosystem. In *Accelerators* (pp. 1-20). Edward Elgar Publishing.

- Fartash, K. & Habibi Ashtiani, A. (2022). Impact of business model innovation on the performance of Sharif S&T park tenants. *Journal of Business Management*, 14(3), 401-417. (in Persian)
- Forfas, F. (2009). *Entrepreneurial ecosystem: south west Ireland, rethinking entrepreneurship. Baseline Data and Analysis, South West Ireland. Dublin. 26p.*
- Ghorashi, H. & Asghari, R. (2019). Minimum viable accelerator: planning, starting and improving startup accelerator programs under a lean approach. *American Journal of Management*, 19(2), 10-25.
- Gidley, D., Palmer, M. & Gharib, A. (2023). Suffering, recovery and participant experience in a video game development accelerator. *Journal of Organizational Ethnography*, 12(1), 31-45
- Gonzalez-Uribe, J. & Leatherbee, M. (2018). The effects of business accelerators on venture performance: Evidence from start-up Chile. *The Review of Financial Studies*, 31(4), 1566-1603
- Hausberg, J. P. & Korreck, S. (2021). *Business incubators and accelerators: a co-citation analysis-based, systematic literature review* (pp. 39-63). Edward Elgar Publishing
- Heshmati, S. & Shafiee, M. (2021). Pathology of acceleration programs in corporate accelerators of Iran. *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*, 18(4), 405-416.
- 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.
- Kohler, T. (2016). Corporate accelerators: Building bridges between corporations and startups. *Business horizons*, 59(3), 347-357.
- Kupp, M., Marval, M. & Borchers, P. (2017). Corporate accelerators: fostering innovation while bringing together startups and large firms. *Journal of business strategy*, 38(6), 47-53.
- Lukosiute, K., Jensen, S. & Tanev, S. (2019). Is joining a business incubator or accelerator always a good thing?. *Technology Innovation Management Review*, 9(7), 5-15.
- Mahmoud-Jouini, S. B., Duvert, C. & Esquirol, M. (2018). Key Factors in Building a Corporate Accelerator Capability: Developing an effective corporate accelerator requires close attention to the relationships between startups and the sponsoring company. *Research-Technology Management*, 61(4), 26-34.
- Mansoori, Y., Karlsson, T. & Lundqvist, M. (2019). The influence of the lean startup methodology on entrepreneur-coach relationships in the context of a startup accelerator. *Technovation*, 84, 37-47.
- Merguei, N. & Costa, C. (2022). What are pre-acceleration programs?. *Journal of Business Venturing Insights*, 18, e00324

- Mikhailov, A., Oliveira, C., Padula, A. D. & Reichert, F. M. (2021). Californian innovation ecosystem: emergence of agtechs and the new wave of agriculture. *Innovation & Management Review*, 18(3), 292-307.
- Miller, P. & Bound, K. (2011). The startup factories. NESTA. <http://www.nesta.org.uk/library/documents/StartupFactories.pdf>.
- Mohammadparast Tabas, A., Kansheba, J. M. P. & Komulainen, H. (2022). Drivers for SMEs participation in entrepreneurial ecosystems: evidence from health tech ecosystem in Northern Finland. *Baltic Journal of Management*, 17(6), 1-18.
- Moschner, S. L., Fink, A. A., Kurpjuweit, S., Wagner, S. M. & Herstatt, C. (2019). Toward a better understanding of corporate accelerator models. *Business Horizons*, 62(5), 637-647
- Nair, S., Gaim, M. & Dimov, D. (2022). Toward the emergence of entrepreneurial opportunities: Organizing early-phase new venture creation support systems. *Academy of Management Review*, 47(1), 162-183.
- Petersson, S., Mårdström, V., Fornell, A., Westergård, V., Larsson, G. & Barrehag, L. (2012). *Accelerating success: a study of seed accelerators and their defining characteristics*.
- Prexl, K. M., Hubert, M., Beck, S., Heiden, C. & Prügl, R. (2019). Identifying and analysing the drivers of heterogeneity among ecosystem builder accelerators. *R&d Management*, 49(4), 624-638.
- Richter, N., Jackson, P. & Schildhauer, T. (2018). Outsourcing creativity: An abductive study of open innovation using corporate accelerators. *Creativity and Innovation Management*, 27(1), 69-78.
- Shankar, R. K. & Shepherd, D. A. (2019). Accelerating strategic fit or venture emergence: Different paths adopted by corporate accelerators. *Journal of business venturing*, 34(5), 105886.
- Stam, E. & Van de Ven, A. (2021). Entrepreneurial ecosystem elements. *Small business economics*, 56(2), 809-832.
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. *European planning studies*, 23(9), 1759-1769.
- Tabassum, S., Begum, M., Adlina D Cruze, B., Sultana, N., al Fahad, M. S., Rahman, S. & Solberg Söilen, K. (2020). Exploring a corporate entrepreneurship process through an accelerator program and key success factors: A case studies from Bangladesh. *Soud and Rahman, Saifur and Solberg Söilen, Klaus, Exploring a Corporate Entrepreneurship Process Through an Accelerator Program and Key Success Factors: A Case Studies From Bangladesh (April 2, 2020)*.
- Urbaniec, M. & Žur, A. (2021). Business model innovation in corporate entrepreneurship: exploratory insights from corporate accelerators. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(2), 865-888.
- van Huijgevoort, T. & Ritzen, D. (2012). The 'business accelerator': Just a different name for a business incubator. *Bachelor Thesis, Utrecht School of Economics, Utrecht, The Netherlands*.

- Weiblen, T. & Chesbrough, H. W. (2015). Engaging with startups to enhance corporate innovation. *California management review*, 57(2), 66-90.
- Wise, S. & Valliere, D. (2014). The impact on management experience on the performance of start-ups within accelerators. *The Journal of Private Equity*, 9-19.
- Wright, M., Siegel, D. S. & Mustar, P. (2017). An emerging ecosystem for student start-ups. *The Journal of Technology Transfer*, 42(4), 909-922.
- Yin, B. & Luo, J. (2018). How do accelerators select startups? Shifting decision criteria across stages. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 65(4), 574-589.
- Yousefian Arani, V., Fayyazi, M., Amin, F. & Davari, A. (2022). Identifying the dimensions of personal resilience model of Iranian startup founders. *Journal of Business Management*, 14(4), 741-769. (in Persian)