

## مکانیسم‌های توسعه کارآفرینی نوپا در ایران در چهارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی

حمید پاداش\*

### چکیده

یکی از شاخص‌های پیش تحقق بند اول سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، توجه به توسعه کارآفرینی نوپا در کشور است؛ در واقع، به منظور تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نیاز به پرورش شرکت‌های نوپا و نوآور (استارت‌آپ‌ها) احساس می‌شود. تحقیق حاضر سازوکارهای توسعه کارآفرینی نوپا در ایران را در چهارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی شناسایی می‌کند. در همین راستا، با بررسی ادبیات موجود و اقدامات انجام گرفته در اکوسیستم‌های موفق دنیا چون سیلیکون ولی، در رابطه با نحوه حمایت از کسب و کارهای نوپا، و همچنین اقدامات صورت گرفته در کشور، به شناسایی مکانیسم‌های متناسب با موقعیت خاص کشور پرداخته شده است. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که جذب و ارزش نهادن بر استعدادهای موجود در هر منطقه یکی از پیشران‌های اصلی بروز کارآفرینی نوپا در بسیاری از مناطقی است که اکوسیستم مناسبی برای کارآفرینی‌های نوپا دارند. به منظور توسعه کسب و کارهای نوپا در کشور، حداقل در مراحل اولیه رشد شرکت‌ها، دولت به عنوان مهم‌ترین پیشران توسعه کارآفرینی بایستی به نحوی از آن‌ها حمایت کند. ایجاد پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و مراکز شتاب‌دهنده کسب و کارهای نوپا، در کنار مواردی چون اصلاح مقررات، کمک‌های مالی و ارزش گذاشتن بر سرمایه انسانی موجود در کشور، از جمله مکانیسم‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی نوپا در کشور هستند.

**کلیدواژه‌ها:** کارآفرینی نوپا، توسعه کارآفرینی، اقتصاد مقاومتی، ایران.

\* عضو هیئت علمی دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، دکتری علوم اقتصادی، padash@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۹/۱۰، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۱/۲

## ۱. مقدمه

“کارآفرینی” شعاری است که در سیاست‌گذاری‌های قرن اخیر و مباحث دولتی معاصر رواج بسیاری پیدا کرده است (Ingleby, 2007). ترویج کارآفرینی در شکل کسب و کارهای نوپا<sup>۱</sup> نوعی از فعالیت سیاستی است که در سرتاسر جهان از سطح فراملی گرفته تا سطح ملی، منطقه‌ای و محلی مهم‌ترین اولویت را به خود گرفته است (Kolvereid & Isaksen, 2006).

اکثر ادبیات مربوط به حیطه کارآفرینی معمولاً بر مباحثی چون: عوامل تعیین کننده، یا تاثیر آن بر رشد و یا همچنین نحوه ظهور آن‌ها متمرکز بوده است. و فقط سهم کوچکی از ادبیات مربوط به جنبه‌های خاص مانند عوامل تعیین کننده نرخ شروع کسب و کارهای نوپا است که آن هم اغلب مربوط به سطح داده‌های منطقه‌ای است (Young, 2012). ولی نکته قابل تامل در این است که از همین مطالعات اندک می‌توان به نقشی که کسب و کارهای نوپا در رشد اقتصاد ملی از طریق تحریک نوآوری و افزایش سطح اشتغال ایفا می‌کنند، پی برد.

توجه به کسب و کارهای نوپا موضوعی جهانی و همه گیر است و دلیل اصلی توجه قانونی به کسب و کارهای نوپا، موفقیت چشم‌گیری بود که در دهه‌های اخیر، شرکت‌هایی چون گوگل، فیس بوک، توییتر و ... که اکثراً مبتنی بر فناوری اطلاعات هستند، بدست آوردند. و موضوع قابل توجه این است که اکثر این نوپاها، از خوابگاه‌های دانشجویی و یا گاراژهای خانگی سر بر آورده بودند که به یکباره جزئی از بزرگترین شرکت‌های دنیا شدند (Calopa, Horvat, & Lalic, 2014).

مطالعه‌ای که OECD اخیراً در رابطه با روش شناسی نوآوری در سطح شرکتی انجام داده است، نشان دهنده این موضوع است که در میان شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs)، شرکت‌های نوپا، نقش مرکزی در ایجاد شغل و افزایش نرخ رشد و نوآوری دارند (OECD, 2015). در واقع کسب و کارهای نوپا ابتدایی ترین منبع خلق شغل در طی دهه گذشته به شمار می‌آیند. گرچه کسب و کارهای نوپا وزن کمی در اقتصاد دارند، اما آنها به طور متوسط ۱۷٪ اشتغال را در کشورهای اروپایی بر عهده دارند و تقریباً نسبت به شغلی که از بین می‌برند (۲۲٪)، دو برابر شغل ایجاد می‌کنند (۴۲٪). موضوع ایجاد اشتغال توسط استارت‌آپ‌ها بحثی است که تقریباً در تمامی اقتصادها، و بخش‌ها وجود دارد (Criscuolo, Gal, & Menon, 2014). در این بین سیاست‌های دولتی می‌تواند زمینه را برای پرورش و رشد شرکت‌های نوپا و نوآور از طریق کمک به تدوین مدل‌های کسب و کار جدید،

اصلاح ساختاری در تولید، بازار کار و سرمایه و مواردی چون قانون ورشکستگی، فراهم آورد (OECD, 2015).

یکی از مهم ترین سیاستهایی که در ایران برای اولین بار و در دیدار کارآفرینان توسط رهبر انقلاب مطرح گردید سیاستهای اقتصاد مقاومتی است. سه نکته مهمی که در زمینه ارتباط بین کارآفرینی و سیاستهای اقتصاد مقاومتی وجود دارد این است که اولاً، مفهوم اقتصاد مقاومتی که برای اولین بار در سال ۱۳۸۹ مطرح شد، در دیدار جمع کارآفرینان کشور بوده است. ثانیاً، در بند اول این سیاستها، "توسعه کارآفرینی و به حداکثر رساندن مشارکت آحاد جامعه در فعالیتهای اقتصادی با تسهیل و تشویق همکاریهای جمعی" ذکر گردیده است که نشانگر توجه سیاستگذاران کلان کشور به مقوله مهم توسعه کارآفرینی در کشور است. ثالثاً، بند دوم این سیاستها ناظر پيشنازی اقتصاد دانش بنیان است که به وضوح از کارآفرینی به معنای متعارف آن، یعنی تلاش های نوآورانه در کسب و کار، قابل تفکیک نیست.

مطالعه حاضر قصد دارد مکانیسم های توسعه کارآفرینی نوپا در کشور را با توجه به چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی بررسی نماید. استدلال محقق آن است که توسعه کسب و کارهای نوپا، منطبق با اولویتهای گفتمان اقتصاد مقاومتی، می تواند به عنوان یکی از پیشران های اصلی توسعه کشور تعریف شود. در همین راستا در بخش دوم مقاله به بررسی مبانی نظری و پیشینه تحقیق در رابطه با کسب و کارهای نوپا، و طریقه حمایت و تامین مالی آنها پرداخته می شود، و سپس مکانیسم هایی که در کشور به منظور توسعه کسب و کارهای نوپا وجود داشته یا امکان تحقق دارند شناسایی شده و مورد بحث قرار می گیرند، و در نهایت پیشنهاداتی از منظر سیاست گذاری ارائه می شود.

## ۲. مبانی نظری

### ۱.۲ اقتصاد مقاومتی

اول بار مفهوم اقتصاد مقاومتی توسط مقام معظم رهبری (مدظله العالی) در ۱۶ شهریور سال ۱۳۸۹ در دیدار جمعی از کارآفرینان سراسر کشور مطرح شد. محور اصلی سخنان رهبری، فشارها و تحریم های جهانی علیه ایران بود و ایشان در این راستا فرمودند: «ما باید یک اقتصاد مقاومتی واقعی در کشور به وجود بیاوریم».<sup>۲</sup> در ۲۹ بهمن ۱۳۹۲ به طور رسمی

سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی در ۲۴ بند ابلاغ گردید. در مقدمه سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی آمده است:

«ایران اسلامی با استعداد‌های سرشار معنوی و مادی و ذخائر و منابع غنی و متنوع و زیرساخت‌های گسترده و مهم‌تر از همه، برخوردار از نیروی انسانی متعهد و کارآمد و دارای عزم راسخ برای پیشرفت، اگر از الگوی اقتصادی بومی و علمی برآمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی که همان اقتصاد مقاومتی است، پیروی کند نه تنها بر همه مشکلات اقتصادی فائق می‌آید و دشمن را که با تحمیل یک جنگ اقتصادی تمام عیار در برابر این ملت بزرگ صفا آرای کرده، به شکست و عقب‌نشینی وا می‌دارد، بلکه خواهد توانست در جهانی که مخاطرات و بی‌اطمینانی‌های ناشی از تحولات خارج از اختیار، مانند بحران‌های مالی، اقتصادی، سیاسی و ... در آن رو به افزایش است، با حفظ دستاوردهای کشور در زمینه‌های مختلف و تداوم پیشرفت و تحقق آرمان‌ها و اصول قانون اساسی و سند چشم‌انداز بیست ساله، اقتصاد متکی به دانش و فناوری، عدالت بنیان، درون‌زا و برون‌گرا، پویا و پیشرو را محقق سازد و الگوئی الهام‌بخش از نظام اقتصادی اسلام را عینیت بخشد.»

از بهمن ۱۳۹۲ به بعد، تبیین‌های بسیار زیادی توسط خود رهبری از اقتصاد مقاومتی در سخنرانی‌های مختلف صورت گرفته است. ایشان در سخنرانی اول فروردین ۱۳۹۳ اشاره کردند که "اقتصاد مقاومتی یعنی آن اقتصادی که مقاوم است؛ با تحریکات جهانی، با تکان‌های جهانی، با سیاست‌های آمریکا و غیر آمریکا زیور و نمی‌شود؛ اقتصادی است متکی به مردم"<sup>۳</sup>.

در ادبیات جهانی نیز مفهوم اقتصاد مقاومتی با تعابیر مشابه زیادی مورد استفاده قرار گرفته است؛ بریگاگلیو و همکاران (۲۰۰۶) از اصطلاح *انعطاف پذیری یا تاب آوری اقتصادی* (Economic Resilience) استفاده کرده است که به توان سیاست‌های اقتصادی برای مقابله با آثار شوک‌های برون‌زا اشاره دارد. از دید بریگاگلیو و همکاران (۲۰۰۶) اصطلاح *تاب آوری اقتصادی* به دو معنا به کار می‌رود؛ توانایی اقتصاد برای بهبود سریع از شوک-های اقتصادی تخریب‌کننده خارجی؛ و توانایی اقتصاد برای ایستادگی در برابر آثار این شوک‌ها (سیف، ۱۳۹۱).

مفهوم دیگر مشابه با اقتصاد مقاومتی، *اقتصاد آسیب‌پذیر یا شکننده* (Economic Vulnerability) است که نقطه‌ی مقابل اقتصاد مقاومتی به‌شمار می‌رود و پس از تجربه بحران مالی شرق آسیا در سال ۱۹۹۷ مورد توجه قرار گرفته است. در اثر بحران شرق آسیا،

آسیب‌پذیری اقتصاد، هم در سطح اقتصاد ملی و هم در سطح بنگاه‌های اقتصادی، مورد توجه جدی قرار گرفت.

اما آنچه در اقتصاد مقاومتی در ایران مراد شده است با ادبیات جهانی تفاوت‌های بنیادی دارد؛ برخی از این تفاوت‌ها را چنین می‌توان بر شمرد:

- اقتصاد مقاومتی الگوی اقتصادی مناسب زمانه، درونزا، مردم‌بنیاد، دانش‌بنیان، و عدالت‌محور است؛ اما در مقابل الگوی انحصاری، درون‌گرا، دولتی، منحصر به دانشمندان، منحصر به شاخص‌های اقتصادی رایج و محدود به شرایط تحریم نیست.
- اقتصاد مقاومتی یک رویکرد انفعالی و کوتاه مدت نیست بلکه یک جهت‌گیری رو به آینده و بلندمدت است.
- اقتصاد مقاومتی، پایه ریزی نظام اقتصاد ایران مبتنی بر اصول و ارزشهای انقلابی و دینی است.
- اقتصاد مقاومتی، اجزای نظام اقتصادی کشور را مبتنی بر حضور حداکثری مردم مشخص کرده است. بنابراین اقتصاد مقاومتی همان مردمی کردن اقتصاد است و دولت صرفاً نقش تسهیل‌گری دارد.
- بدین ترتیب، اقتصاد مقاومتی را می‌توان یک پارادایم راهبردی، بلندمدت و مردم‌گرا دانست که اقتصاد را به بخش تعیین‌کننده‌ای از ترتیبات نهادی کشور تبدیل می‌کند.

## ۲.۲ اهمیت کارآفرینی نوپا در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی

واضح است که پرداختن به همه ابعاد اقتصاد مقاومتی در این مقاله ممکن نیست؛ همانطور که اشاره شد نقطه تمرکز تحقیق حاضر، بند اول سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی است؛ سیاست کلی اقتصاد مقاومتی در بند ۱ عبارت است از:

*تأمین شرایط و فعال‌سازی کلیه امکانات و منابع مالی و سرمایه‌های انسانی و علمی کشور به منظور توسعه کارآفرینی و به حداکثر رساندن مشارکت آحاد جامعه در فعالیت‌های اقتصادی با تسهیل و تشویق همکاری‌های جمعی و تأکید بر ارتقاء درآمد و نقش طبقات کم‌درآمد و متوسط.*

در تحلیل محتوای این سیاست می‌توان توسعه کارآفرینی و مشارکت (مردمی کردن اقتصاد) را مهم‌ترین مؤلفه‌های این سیاست دانست. پایش اجرای این سیاست نیاز به

تعریف شاخص‌های قابل اندازه‌گیری دارد که شاید بتوان مهم‌ترین این شاخص‌ها را چنین برشمرد:

۱- کارآفرینی نوپا: شاخص کارآفرینی نوپا معیار اصلی جهت سنجش میزان کارآفرینی می‌باشد. این شاخص برابر است با نرخ کسب و کار جدید در بین جمعیت بزرگ سال (۶۴-۱۸ سال). منبع این شاخص دفتر دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) ایران می‌باشد.

۲- کارآفرینی پایدار: نرخ کارآفرینی تثبیت‌شده (یا کارآفرینی پایدار)، شامل فعالیت‌های کارآفرینانه افراد بزرگسالی است که هم‌اکنون کسب و کاری را مدیریت می‌کنند که بیش از ۴۲ ماه سابقه فعالیت دارد و شخصا مالک تمام یا بخشی از آن کسب و کار یا شرکت هستند. منبع این شاخص دفتر دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) ایران می‌باشد.

۳- درک فرصت کارآفرینانه: عبارت است از نرخ انتخاب و شناسایی فرصتی خاص و مناسب برای کارآفرینی (راه‌اندازی کسب و کار جدید) از میان فرصت‌های کسب و کار کارآفرینانه. منبع این شاخص نیز دفتر دیده‌بان جهانی کارآفرینی ایران می‌باشد.

تحقیق حاضر، کارآفرینی نوپا را بر اساس سیاست اول اقتصاد مقاومتی مورد تمرکز قرار داده است؛ زیرا کارآفرینی نوپا اساسا مبتنی بر استعدادهای انسانی در جامعه شکل می‌گیرد. رهبری در سخنرانی خود در حرم مطهر رضوی (۱۳۹۳/۱/۱) به ظرفیت‌های مختلف منابع طبیعی و انسانی و جغرافیایی اشاره کردند و نیروی انسانی را یکی از بزرگ‌ترین ظرفیت‌های کشور ما دانستند؛ "جمعیت جوان کشور - از پانزده سال تا سی سال - یک حجم عظیم از ملت ما را تشکیل می‌دهند؛ این خودش یک ظرفیت است. تعداد ده میلیون دانش‌آموخته‌ی دانشگاه‌ها را داریم؛ ده میلیون از جوانهای ما در طول این سالها از دانشگاه‌ها فارغ‌التحصیل شدند. همین حالا بیش از چهار میلیون دانشجو داریم که اینها در طول چند سال آینده فارغ‌التحصیل میشوند؛ ... علاوه‌ی بر اینها، میلیون‌ها نیروی مجرب و ماهر داریم".

بدین ترتیب، به نظر می‌رسد استفاده از ظرفیت‌های مردمی (ایده‌ها، قابلیت‌ها و مهارت‌های مردم) می‌تواند نقشی کلیدی در توسعه کارآفرینی در کشور و بنابراین، تحقق اقتصاد مقاومتی داشته باشد. از این رو در ادامه مقاله، به مفهوم و اهمیت کارآفرینی نوپا خواهیم پرداخت.

## ۳.۲ کارآفرینی نوپا

استارت‌آپ‌ها به زعم اریک (۲۰۱۱)، عبارت هستند از نهادهایی که توسط کارآفرینان به منظور کمک به خلق تولیدات و خدمات جدید، در شرایط عدم اطمینان فزاینده به وجود می‌آیند (Eric, 2011). آنچه که در این تعریف، بدان توجهی نشده است، این است که در رابطه با اندازه شرکت، صنعت و یا بخش به چیزی اشاره نشده است. هر کسی که تولید یا کسب و کار جدیدی را در شرایط عدم قطعیت فزاینده ایجاد کند کارآفرین است، چه هر فردی آن را بداند یا نداند، و چه این که در یک سازمان دولتی مشغول باشد، و یا در یک نهاد غیر انتفاعی و ...

نویسنده‌ای دیگر، کسب و کارهای نوپا را چنین تعریف کرده است: شرکتی کوچک که با هدف تبدیل شدن به مدل کسب و کار قابل تکرار و قابل گسترش و قیاس پذیر تشکیل شده است (Calopa, Horvat, & Lalic, 2014). گراهام نیز نوپا را چنین تعریف می‌کند: کسب و کاری که به منظور رشد سریع طراحی شده است (Graham, 2004).

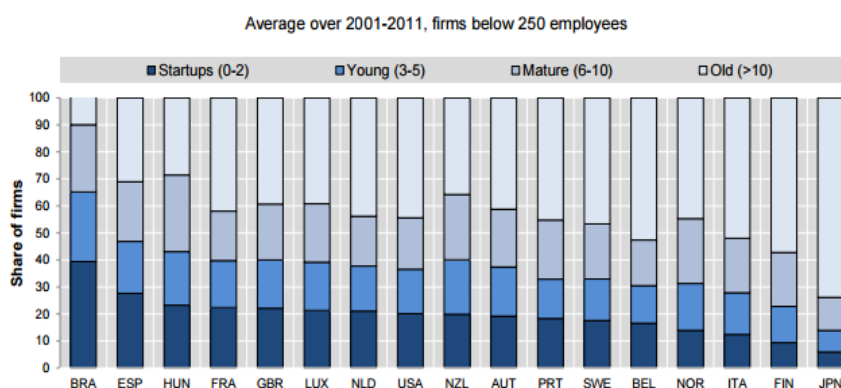
به طور گسترده، استارت‌آپ‌ها از نوآوری‌های بسیار متنوعی استفاده می‌کنند: اکتشافات بدیع علمی، استفاده از تکنولوژی‌های موجود برای کاربردهای جدید و متفاوت، اتخاذ و توسعه مدل کسب و کار جدیدی که ارزشی پنهانی را که قبلاً ناپیدا بود را پدیدار کند یا خیلی ساده کالا یا خدماتی را به مکانی می‌آورند که قبلاً در آن ناحیه جغرافیایی وجود نداشت (Bansal, 2012)، در تمامی این موارد نوآوری در بطن موفقیت شرکت نهفته است. در این تعریف نکته بسیار مهمی نهفته است: “زمینه‌ای که نوآوری در آن رخ می‌دهد و اینکه استارت‌آپ‌ها به منظور روبه رو شدن با عدم قطعیت فزاینده طراحی شده‌اند” (Eric, 2011).

## ۴.۲ تفاوت بین استارت‌آپ و کسب و کار کوچک

هر چند، کسب و کارهای نوپا معمولاً کسب و کارهایی کوچک و متوسط هستند، لیکن، بایستی در نظر داشت که هر نوع کسب و کار کوچک و متوسطی استارت‌آپ، به حساب نمی‌آید و در واقع تفاوت‌هایی بین این دو مفهوم وجود دارد. اینکه تفاوت از کجا شروع می‌شود، بسته به سطح تکنولوژی به کار رفته در کسب و کارها دارد و معمولاً استارت‌آپ‌هایی که با رشد شدید فناوری روبه رو هستند، بسیار متفاوت از سایر کسب و کارهای معمولی هستند. به زعم هرمان و همکاران (۲۰۱۵)، گر کارآفرینی یک کسب و کاری است که کوچک را شروع کنند، احتمال به موفقیت رسیدن در این کسب و کار نسبتاً خوب بوده و

قریب به ۷۵٪ شانس موفقیت دارند، اما در طرف دیگر اگر یک استارت آپ را شروع کنند، با وجود بدیع بودن ایده و محصول و منطقی بودن طرح کسب و کار به منظور جذب سرمایه خطر پذیر، شانس شکست بالای ۷۵٪ خواهد بود (Herrmann, Gauthier, Berman, & Marmer, 2015). هیچ وقت نمی‌توان فروشگاه محلی متکی به خود را در لیست فورچون ۵۰۰ دید و یا نمی‌توان مشاهده کرد که چنین فروشگاه‌های بالای ۱۰۰۰۰ نفر کارکن در اختیار داشته باشد، اما هزاران استارت آپ وجود دارد که به سرعت به یک چنین رشدی دست یافته‌اند (Dilger, 2013).

گرچه اهمیت شرکت‌های کوچک و متوسط بر کسی پوشیده نیست، اما اخیر حقایقی را از نظر سن شرکت‌های کوچک آشکار شده است. در واقع حدود ۵۰٪ شرکت‌های کوچک و متوسط در اکثر کشورها، شرکت‌های نسبتاً قدیمی هستند. اما در مورد شرکت‌های نوپا وضعیت از هر کشوری به کشور دیگر بسیار متفاوت است، به طوری که مثلاً این میزان در ژاپن ۱۰٪ و در برزیل ۶۵٪ از شرکت‌ها را تشکیل داده است (نمودار شماره یک).



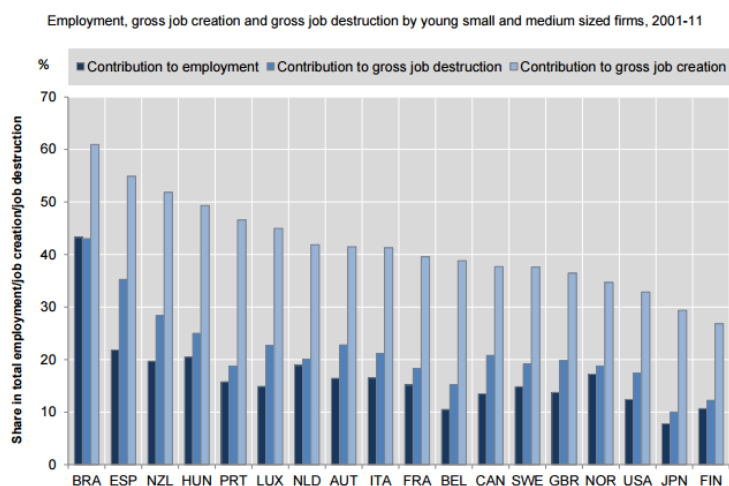
نمودار ۱: توزیع سن شرکت‌های نوپا در کشورهای مختلف جهان؛ منبع (Criscuolo, Gal, & Menon, 2014).

با این وجود و جدا از سن کسب و کارها، این نوع کسب و کارها از نظر اندازه تقریباً در اکثر کشورها یکسان و یا شبیه به هم هستند، و در واقع بایستی گفت که، بیش از ۹۹٪ کسب و کارهای نوپا کمتر از ۲۵۰ نفر کارکنان و بیش از ۹۷٪ آنها کمتر از ۵۰ نفر کارکن دارند (Criscuolo, Gal, & Menon, 2014).

کسب و کارهای نوپا ابتدایی‌ترین منبع خلق شغل در طی دهه گذشته به شمار می‌آیند. گرچه کسب و کارهای نوپا وزن کمی در اقتصاد دارند، اما همان طور که از نمودار دو برمی‌آید، آنها به طور متوسط ۱۷٪ اشتغال را در کشورهای اروپایی بر عهده دارند و تقریباً



نسبت به شغلی که از بین می‌برند (۲۲٪)، دو برابر شغل ایجاد می‌کنند (۴۲٪). موضوع ایجاد اشتغال توسط استارت‌آپ‌ها بحثی است که تقریباً در تمامی اقتصادها، و بخش‌ها وجود دارد (Criscuolo, Gal, & Menon, 2014). در این بین سیاست‌های دولتی می‌تواند زمینه را برای پرورش و رشد شرکت‌های نوپا و نوآور از طریق کمک به تدوین مدل‌های کسب و کار جدید، اصلاح ساختاری در تولید، بازار کار و سرمایه و مواردی چون قانون ورشکستگی، فراهم آورد (OECD, 2015).



نمودار ۲: سهم کسب‌وکارهای نوپا در ایجاد اشتغال در کشورهای مختلف جهان؛ منبع (Criscuolo, Gal, & Menon, 2014).

### ۳. شیوه‌های تامین مالی

یکی از مهم‌ترین قدم‌ها در شروع یک کسب‌وکار، تضمین وجود منابع مالی کافی است. کوتا و جورج (۲۰۱۲) (Kotha & George, 2012) نشان دادند که کارآفرینانی با تجربه قبلی در استارت‌آپ‌ها، می‌توانند وجوه بیشتری را برای تامین مالی به دست آورند. اثر تون (۲۰۱۲) نیز نشان می‌دهد که عوامل متعددی بر تصمیم یک بانی استارت‌آپ در مورد منابع تامین مالی تاثیر می‌گذارد. یافتن منابع مالی برای شروع یا توسعه یک استارت‌آپ یکی از مهم‌ترین موانعی است که استارت‌آپ‌ها با آن مواجه می‌شوند (Atherton, 2012).

### ۱.۳ روش‌های سستی تامین مالی استارت‌آپ‌ها

روش‌های سستی تامین مالی شرکت‌های استارت‌آپ نشان دهنده توالی منطقی جذب وجوه سرمایه‌گذاری توسط استارت‌آپ‌ها است. اگر بنیان‌گذاران یک پروژه استارت‌آپ منابع مالی شخصی مکفی نداشته باشند معمولاً به روش‌های تامین مالی سستی از جمله وام‌های بانکی، دوستان و آشنایان، خانواده، سرمایه‌گذاران ایده، فرشتگان کسب‌وکار و سرمایه‌گذاران خطرپذیر رجوع می‌کنند (Calopa, Horvat, & Lalic, 2014).

#### سرمایه‌گذاران خطرپذیر (VC)

سرمایه‌گذاران خطرپذیر پولی است که به یک کارآفرین یا یک کسب و کار نوپا در مراحل اولیه توسعه آن اعطا می‌شود، با این امید که در آینده از نرخ بازگشت سرمایه‌گذاری بسیار بالایی برخوردار خواهد شد. سرمایه‌گذاری خطرپذیر یک نیروی کوچک ولی بسیار قوی در اقتصادهای توسعه یافته به شمار می‌رود (Tedesco, 2014). کسب و کارهایی که از طرف سرمایه‌گذاران خطرپذیر مورد حمایت قرار می‌گیرند، مستقیماً در توسعه فناوری تاثیرگذار هستند (Christofidis & Debnande, 2001). به حدی که برخی از شرکت‌های بسیار قدرتمند جهانی مانند مایکروسافت، گوگل و اپل، در مراحل اولیه رشد خود از حمایت مالی سرمایه‌گذاران خطرپذیر بهره‌مند شده بودند (Tedesco, 2014).

شرکت‌های سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر به دنبال کسب درآمد جاری و مستمر از سرمایه‌گذاری‌های خود نیستند و در صورتیکه شرکت مورد نظر سودآور باشد، سود سرمایه‌گذاری آنها بواسطه فروش سهم مالکیتشان محقق می‌شود (Christofidis & Debnande, 2001). سرمایه‌های ریسک‌پذیر بهترین روش تامین مالی شرکت‌های نوپا و نوآور به شمار می‌رود زیرا روش‌های دیگر تامین مالی عمدتاً در قالب فعالیت‌های دولتی صورت می‌گیرد که بنا به ماهیت خود نمی‌توانند خلاء موجود در تامین مالی شرکت‌های نوپا را پوشش دهند. از آنجا که نتیجه فعالیت‌های مبتکرانه و نوآورانه تا حدی نامطمئن است بانک‌ها و وجوه دولتی رغبت کمتری برای سرمایه‌گذاری در آنها از خود نشان می‌دهند. لذا معمولاً کارآفرینان در کشورهای پیشرفته صنعتی جهت جذب سرمایه مورد نیاز خود به سراغ بازار سرمایه‌های ریسک‌پذیر می‌روند. به طور خلاصه می‌توان ویژگی‌های سرمایه‌های ریسک‌پذیر را بصورت زیر بیان نمود (Hellmann & Puri, 2002):

منابع مالی شرکت‌های جدید و کوچک و سریعاً در حال رشد را تامین می‌کنند.

- در مالکیت این شرکت‌ها سهام می‌شوند.
- در توسعه محصولات و خدمات جدید کمک می‌کنند.
- با مشارکت فعالانه خود، برای شرکت مورد نظر ارزش افزایی می‌کنند.
- بانتظار کسب سود فراوان، ریسک بیشتری را می‌پذیرند.
- جهت‌گیری بلندمدت دارند.

شواهد موجود حاکی از این است که حضور سرمایه‌گذاران خطرپذیر دلیل تفاوت‌های موجود بین شرکت‌های نوپا است (Hellmann & Puri, 2000). در واقع VC دارای ویژگی‌هایی است که آن را از بازار سرمایه سنتی یا گزینه‌های تامین مالی مبتنی بر بدهی متمایز می‌سازد (Shane & Venkataraman, 2000). وسعت سرمایه‌گذاران خطرپذیر فراتر از آنچه چیزی است که واسطه‌گران مالی مانند بانک انجام می‌دهند، و نقشی وسیع‌تر در حرفه ای سازی کسب و کارهای نوپایی که آنها را تامین مالی می‌کنند ایفا می‌کنند (Gorman & Sahlman, 1989). دلایل بسیاری مبنی بر وجود اختلاف معنادار بین شرکت‌های مبتنی بر VC و شرکت‌هایی که بر VC متکی نیستند وجود دارد (Davila, Foster, & Gupta, 2003):

- از دیدگاه حکمرانی، آن‌ها نقشی فعال در مدیریت و نظارت بر آن‌ها دارند.
- سرمایه‌گذاران خطرپذیر شبکه‌ای از ارتباطات بین صاحبان ایده و فراهم‌آوردندگان با تجربه زیر ساخت برقرار می‌سازد (مانند شرکت‌های حسابداری، شرکت‌های حقوقی).
- VC‌ها با خود یک اثر شهرت می‌آورند که رشد را تسریع می‌کند، کوشش مداوم آنها منجر به تحلیل دقیق تیم مدیریتی می‌شود، و تکنولوژی، تولیدات و اعتبار طرح کسب و کار تیم را مورد بررسی قرار می‌دهند.

### ۲.۳ فرشتگان کسب و کار

فرشتگان کسب و کار اغلب کارآفرینان یا بازنشستگان موفق هستند که در کسب و کارهای نوپا به صورت فعال هم سرمایه‌گذاری مالی می‌کنند و هم سرمایه‌گذاری زمانی. آن‌ها معمولاً فقط از منابع مالی خود سرمایه‌گذاری می‌کنند و اغلب در کسب و کارهای محلی سرمایه‌گذاری می‌کنند (Hudson, 2014). هم فرشتگان کسب و کار و هم سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر در شرکت‌های خصوصی و نوپا از طریق آن چه که سرمایه‌سبور خوانده می‌شود، سرمایه‌گذاری می‌کنند. فرشتگان کسب و کار اولین دور از سرمایه‌گذاری مستقل خارجی برای کسب و کارهای نوپا هستند. فرشتگان به طور معمول

در مراحل اولیه توسعه کسب و کار نوپا، زمانی که بنیان‌گذاران آن منابع مالی شخصی خود را به اتمام رسانده و نه از دوستان و آشنایان و نه از خانواده انتظار کمک مالی دارند، وارد می‌شوند. کارآفرینان اغلب در جستجوی فرشتگان کسب و کار به منظور درخواست کمک از آن‌ها هستند (McKakill, 2009). مک کاسکیل (۲۰۰۹) در کتاب خود بیان می‌کند که جدا از منابع مالی که فرشتگان کسب و کار در اختیار کارآفرینان قرار می‌دهند، از آن‌ها انتظار می‌رود که در یک یا چند مورد از روش‌های زیر نیز به کارآفرینان یاری رسانند:

- تجربه حضور در صنعت

- تجربیاتی در مورد ساختن استارت آپ‌ها یا کسب و کارها

- شبکه‌سازی

- تجربیاتی درباره تامین سرمایه

- دسترسی به سرمایه‌گذاران خطرپذیر

- دسترسی به همکاران استراتژیک (MacAskill, 2009)

#### ۴. روش‌های نوین تامین مالی استارت آپ‌ها

مهم‌ترین روش تامین مالی نوین برای استارت آپ‌ها شتاب‌دهنده‌ها هستند. اصلی‌ترین دلیل برای ایجاد شتاب‌دهنده‌های استارت آپ‌ها امکان و نیاز به خلق یک اکوسیستم به دلیل افزایش تعداد استارت آپ‌ها از طریق برنامه‌ها است (Calopa, Horvat, & Lalic, 2014).

#### ۱.۴ شتاب‌دهنده‌های استارت آپ‌ها

در سال ۲۰۰۵ میلادی شتاب‌دهندگان استارت آپ‌ها در سیلیکون ولی - خانه بسیاری از کارآفرینان سریالی در صنعت نرم افزار - زاده شدند. شتاب‌دهندگان، شرایط ارتباط آسان استارت آپ‌ها، سرمایه‌گذاران، و کارآفرینان را با یکدیگر فراهم می‌کنند (Borella, 2012)، و به عنوان راهی در آمده است که استارت آپ‌ها را در شکل دهی کسب و کاری مستحکم و زیست پذیر یاری می‌رساند. با این حال اتفاق نظری در رابطه با تعریف شتاب‌دهندگان کسب و کارها وجود ندارد. اما تعریف هاچ برگ (۲۰۱۵)، از شتاب‌دهندگان، می‌تواند تعریفی قابل قبول باشد:

شتاب‌دهنده استارت‌آپ، شرکتی است که از ابتدای کار یک استارت‌آپ آن را تحت پوشش خود در می‌آورد و برای این کار از میان شرکت‌کنندگان، پس از مدتی کوتاه یکی را برگزیده و به عنوان استارت‌آپ انتخاب می‌کند. شتاب‌دهنده‌ها با سرمایه‌گذاری اولیه بر روی یک شرکت نوپا، درصدی از مالکیت آن را در اختیار گرفته و در مقابل به گردانندگان پروژه آموزش‌های لازم و خدماتی در مسیر ارزش‌آفرینی سریعتر و برای کسب موفقیت بهتر را می‌دهند (Hochberg, 2015).

شتاب‌دهندگان بسیاری از ویژگی‌های خود را از مراکز رشد گرفته است و بنابراین پرداختن به مفهوم مرکز رشد قبل از تسریع‌کننده ضروری می‌نماید.

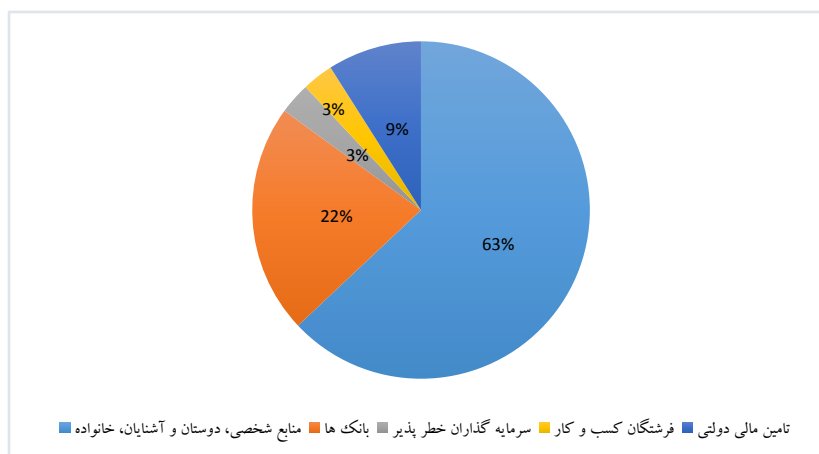
عبارت “مرکز رشد” نخست در سال ۱۹۵۹ بود که در کسب و کار مورد استفاده قرار گرفت. و مفهوم عمومی پشت این ایده، ایجاد محیط نهادی بود که شرایط رشد شرکت‌های نوپا را از طریق مشاوره و توانمندسازی فراهم آورد. فرایند توسعه یک شرکت نوپا در داخل یک مرکز رشد، البته برخی مواقع تا چندین سال نیز طول می‌کشد (و می‌کشد). مرکز رشد بر فراهم‌آوری پیش‌شرط‌های مورد نیاز یک شرکت به منظور توسعه می‌پردازد. از جمله این پیش‌شرط‌ها می‌تواند: فضای اداری، مشاوره فنی و تخصصی و ارتباطات تجاری باشد. همچنین هزینه‌هایی را که به منظور اداره یک شرکت مورد نیاز است می‌تواند، با پرداخت یارانه مورد حمایت قرار بگیرد و در واقع استارت‌آپ‌هایی که شانس کمک‌گیری از یک مرکز رشد را داشته‌اند، نسبت به آن‌هایی که از چنین امکانی برخوردار نبوده‌اند، از منظر تاریخی امکان موفقیت بیشتری داشته‌اند (Borella, 2012).

در سال‌های مربوط به حباب دات کام‌ها (Dot com- bubble) در ۲۰۰۰، بسیاری از مراکز رشدی که به مراکز رشد شبکه‌ای معروف بودند، با تمرکز با شرکت‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات شروع به کار کردند. این نوع از مراکز با تامین بودجه قابل توجه از طرف سرمایه‌گذاران در یک گام سریع مشخص می‌شدند. مدل مبتنی بر سرمایه‌گذاری‌های بزرگ در پروژه‌های تکی بود، که مناسب سرمایه‌گذاران خطرپذیر بودند. با متورم شدن دات کام‌ها بسیاری از شرکت‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات علی‌رغم توجه بسیاری که به منظور رشد آینده آن‌ها شده بود، نتوانستند درآمدزایی کنند.

در ۱۰ مارس ۲۰۰۰ شاخص نزدک (NASDAQ) به اوج خود رسید و در کمتر از دو سال بعد حدود ۸۰٪ ارزش خود را از دست داد. پس از این ماجرا، این ایده توسط برخی از کارآفرینان از جمله پائول گرهام (Paul Graham) مطرح شد که دوباره به سرمایه‌گذاری

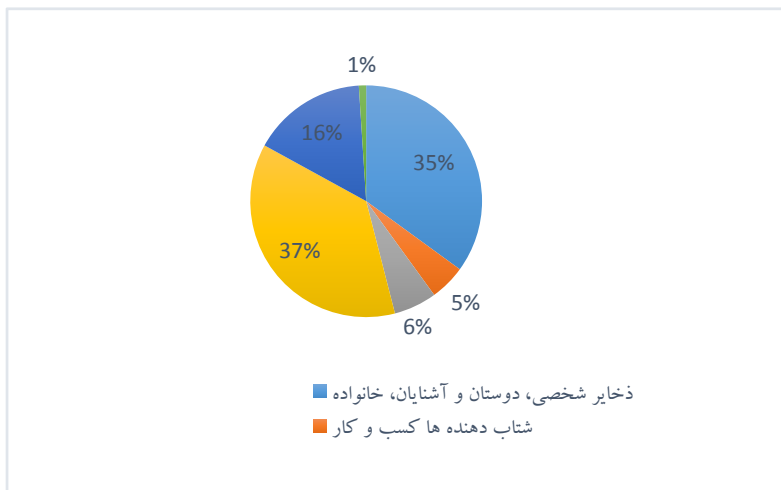
توجه شود. در سال ۲۰۰۵ پائول گرام، وای کامبیناتور (Y Combinator) را در سیلیکون ولی راه انداخت، که کمی متمایز از مراکز رشد سنتی عمل می‌کرد. به ویژه، چرخه توسعه استارت آپ‌ها بیش از ۳ ماه طول نمی‌کشید، که این نیز به دلیل توسعه برنامه‌های مبتنی بر شبکه موبایلی بود. به علاوه هزینه شروع و همچنین ساختار آن به دلیل اینکه کوچک‌تر بودند متفاوت از مراکز رشد سنتی بود. نوعی از کسب و کار را که وای مومبیشن شروع کرد با عنوان تسریع کننده یا شتاب‌دهنده کسب و کار شناخته شد و حدود ۲۰۰ برنامه تسریع کنندگی تاکنون انجام داده است (Brehhang, 2012).

نمودارهای سوم و چهارم ترکیب روش‌های تامین مالی برای اکوسیستم استارت‌آپ‌ها در هند و سیلیکون ولی نشان می‌دهد. همان طور که مشاهده می‌شود. ذخایر شخصی، دوستان و آشنایان و خانواده‌های بیشترین سهم (۶۳ درصد) در تامین مالی استارت‌آپ‌ها در هند دارند (Bansal, 2012).



نمودار ۳: ترکیب روش‌های تامین مالی برای اکوسیستم استارت‌آپ‌ها در هند

این درحالی است که بیشترین سهم در تامین مالی نوپاهای سیلیکون ولی مربوط به فرشتگان کسب و کار (۳۷ درصد)، است (Startup Genomy, 2012).



نمودار ۴: ترکیب روش های تامین مالی برای اکوسیستم استارت آپ ها در سیلیکون ولی

## ۵. مکانیسم های توسعه کسب و کارهای نوپا در ایران

اشاره شد که می توان توسعه کارآفرینی نوپا را به عنوان شاخصی برای تحقق بند اول سیاست های اقتصاد مقاومتی در نظر گرفت. اما توسعه کارآفرینی نوپا در ایران چگونه و با چه مکانیسم هایی ممکن است؟ در این بخش به شناسایی مکانیسم هایی برای توسعه کسب و کارهای نوپا پرداخته شده است. طبیعتاً راه های بسیار زیادی برای تقویت کسب و کارهای نوپا می تواند وجود داشته باشد. در این مطالعه، محققان به دنبال بررسی مکانیسم هایی بوده اند که اولاً در ادبیات علمی مربوط به توسعه کسب و کارهای نوپا، نوآوری و کارآفرینی، محققان بیشتری را به بحث درباره آنها جذب کرده است و ثانیاً، ناظر بر تحقق سیاست های اقتصاد مقاومتی بوده است.

دولت می تواند مهم ترین پیشران توسعه کارآفرینی نوپا در کشورهای در حال توسعه ای چون ایران باشد. و از طریق اعمال خط مشی در وزارتخانه ها و موسسات موجب شکوفایی کارآفرینی شود. برنامه اقدام استارت آپ هند (India Startup Action Plan) یکی از نمونه های مداخله دولت در اکوسیستم کارآفرینی و روند توسعه استارت آپ ها است (Indian Government, 2016). دولت هند در این برنامه اقدام به معرفی سیاست های دولت در زمینه توسعه استارت آپ ها در هند می پردازد. مازوکاتو نیز در کتاب دولت کارآفرینی خود بیان می کند که این سیاست گذاری های آینده نگر دولت است که می تواند به منجر به ظهور

شرکت‌های بسیار موفق چون گوگل، اپل و غیره بشود. همچنین او بیان می‌کند که بیشتر استارت‌آپ‌های موفق آمریکا، در مراحل اولیه رشد خود از حمایت‌های دولتی بهره‌مند شده بودند (Mazzucato, 2013). دولت می‌تواند از طرق مختلفی چون ایجاد پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد، اصلاح مقررات، کمک‌های مالی و غیره، در روند توسعه استارت‌آپ‌ها تاثیرگذار باشد.

در ادامه پاره‌ای از سیاست‌هایی که با هدف حمایت از کسب و کارهای نوپا در سراسر دنیا و ایران اتخاذ شده است تشریح می‌شوند، البته ذکر این نکته ضروری است که با توجه به فرمایشات مقام معظم رهبری در رابطه با لزوم توجه به دانش به عنوان یکی از ارکان اساسی تحقق اقتصاد مقاومتی از یک طرف و گرایش شدید استارت‌آپ‌ها به دانش و فعالیت نوآورانه از طرف دیگر، مکانیسم‌های معرفی شده مکانیسم‌هایی هستند که لزوم توجه به دانش را می‌طلبند.

### ۱.۵ پارک‌های علم و فناوری

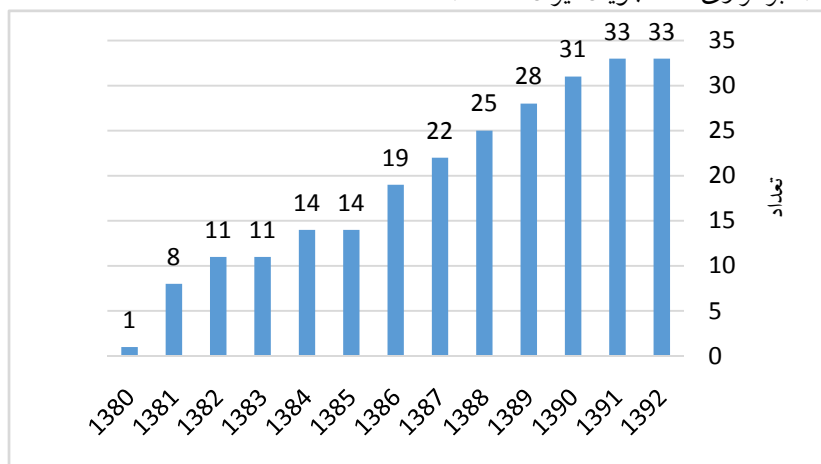
تاسیس پارک‌های علم و فناوری به عنوان استراتژی اجتناب ناپذیر در راستای توسعه صنایع (High Tech)، در بسیاری از کشورها بوده است (Siegel et al., 2003). با توجه به اینکه شرکت‌های تکنولوژیک جدید در ارتقاء سطح کارآفرینی و رشد اقتصادی نقشی بارزی دارند، استقرار و تاسیس پارک‌های علم و فناوری در تحریک این شرکت‌ها در بسیاری از شرکت‌ها از جمله اروپای غربی و برخی کشورهای در حال ظهور آسیایی به عنوان استراتژی برتر به کار گرفته شده است (Yanga, Motohashi, & Rong, 2009).

پارک‌های علم و فناوری به عنوان یکی از نهادها یا اجتماع حلقه‌ای از زنجیره توسعه اقتصادی مبتنی بر دانش و فناوری، با هدف افزایش نوآوری، فناوری، توسعه اقتصادی و اشتغالزایی متخصصان به وجود آمده است. بسیاری از سیاست‌گذاران از پارک‌های علم و فناوری به عنوان بخش‌یازیک راهبردی برای دانش‌مندان و هماهنگ‌کننده توسعه ملی منطقه‌ای نامی برند (سلطانی و بی‌رنگ، ۱۳۸۵)، از طرف دیگر، پارک‌های علم و فناوری به عنوان ابزار جلب شرکت‌های مبتنی بر فناوری پیشرفته در سطح بین‌الملل شناخته شده و علاوه بر آن راه‌کار مناسبی برای جذب متخصصان، دانشمندان و توسعه فعالیت کارآفرینان می‌باشند (معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ۱۳۹۰).



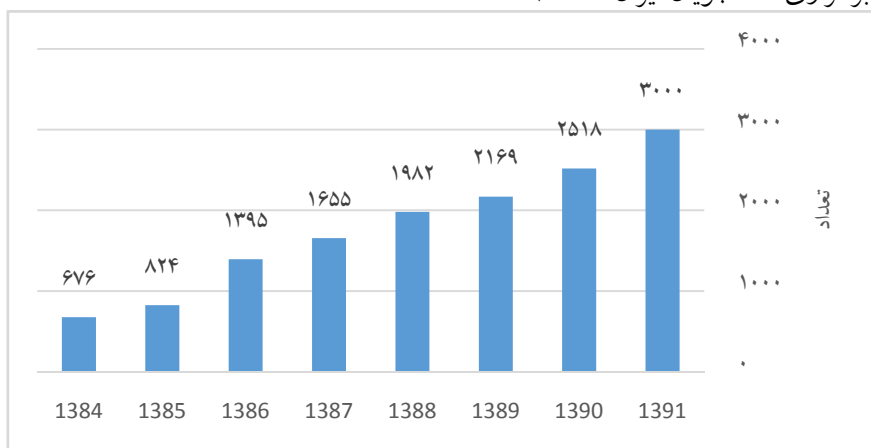
با وجود تعاریف مختلفی که برای مفهوم پارک علم و فناوری آورده شده است، همه آن‌ها در مفهوم "تسهیل و تشویق فرهنگ نوآوری" مشترک هستند. این مجموعه‌ها که توسط افراد خبره اداره می‌شود رسالت افزایش ثروت را در جامعه بر عهده دارند (Motohashi, 2013). پارک‌های علم و فناوری از جمله نهادهایی هستند که می‌توانند پیوندی ارگانیک بین علم و صنعت ایجاد کنند و تبدیلیافته‌های جدید به فناوری‌های نوین، یکی از انگیزه‌های اساسی تأسیس مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری است. و علت اینکه در سال‌های اخیر توجه دولت مردان به سمت ایجاد و گسترش پارک‌های علم و فناوری گرایش پیدا کرده است عبارت است از توانایی بالقوه این مراکز در کارآفرینی مبتنی بر دانش و فناوری (معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ۱۳۹۰).

لیندلوف و لوفسن (۲۰۰۳)، نیز عملکرد دو تیپ شرکت‌های مستقر و نامستقر در پارک‌های سوئدی را بررسی کرده و چنین نتیجه گرفته‌اند که شرکت‌های مستقر در پارک گرایش شدیدی نسبت به فعالیت‌های نوآورانه‌تر دارند (Lindelof & Lofsten, 2003) در نمودار شماره پنج تعداد پارک‌های علم و فناوری در کشور تا سال ۱۳۹۲، به نمایش گذاشته شده است. در سال ۱۳۹۲ تعداد ۳۳ پارک علم و فناوری در کشور وجود داشت (خبرگزاری دانشجویان ایران، ۱۳۹۴).



نمودار ۵: تعداد پارک‌های علم و فناوری در کشور

شرکت‌های حاضر در پارک‌های علم و فناوری تا سال ۱۳۹۱ به ۳۰۰۰ واحد می‌رسید. در نمودار شماره شش تعداد این شرکت‌ها در هر سال به نمایش گذاشته شده است (خبرگزاری دانشجویان ایران، ۱۳۹۴).



نمودار ۶: تعداد شرکت‌های حاضر در پارک‌های علم و فناوری

چنان‌که در بخش مربوط به مبانی نظری اشاره گردید، از جمله تفاوت اساسی بین استارت آپ‌ها و سایر کسب و کارهای کوچک و متوسط، گرایش شدید استارت آپ‌ها به نوعی از فعالیت‌ها است که همراه با سطح بالایی از فناوری بوده و دانش محور باشد. بنابراین، ایجاد و استقرار پارک‌های علم و فناوری در کشور، در صورتی که همراه با سیاست گذاری صحیح و بهینه باشد، می‌تواند به عنوان یکی از سازوکارهای اصلی توسعه کسب و کارهای نوپا قلمداد شود.

## ۲.۵ مراکز رشد

یکی از عوامل حیاتی برای سازمان‌ها و شرکت‌ها در مسیر ایجاد مزیت رقابتی در اقتصاد دانش بنیان جهانی، بهره برداری از نوآوری به عنوان یکی از پیشران‌های اصلی ایجاد ارزش و مزیت رقابتی می‌باشد (Weerawardena, Ocas, & Julian, 2006). و به اعتقاد آن‌ها نوآوری دارای اهمیت بسیاری برای شرکت‌ها و سازمان‌ها است چرا که می‌تواند مزیت رقابتی پایدار را برای آن‌ها ایجاد کند. امروزه یکی از راه‌های ممکن جهت ایجاد همکاری

میان دولت، دانشگاه و صنعت، که توسط دیگر کشورهای توسعه یافته نیز به صورت جدی پیگیری و مورد بهره‌برداری قرار گرفته است پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری است. مفهوم مراکز رشد کسب و کارها در ۱۹۶۰ شروع شد و به طور واقعی در ۱۹۹۰ بود که به عنوان حامی کسب و کارها نوپایی که نیازمند مشاوره و سرمایه‌گذاری خطرپذیر به منظور برداشتن ایده‌های نوآورانه این کسب و کارها از زمین و جان دادن به آن فعالیت، نمود پیدا کرد (Lesakova, 2012). در واقع هدف مراکز رشد، طراحی برنامه‌هایی به منظور تسریع توسعه موفقیت آمیز شرکت‌های کارآفرین نوپا از طریق تامین منابع حمایتی از کسب و کار، توسعه و مدیریت کسب و کار به وسیله مدیریت مراکز رشد و فعالیت در مراکز رشد و همچنین استفاده از ارتباطات و شبکه موجود در مراکز رشد است (European Commission on SME, 2008).

حدود ۸۰ درصد سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر با کمتر از ۳ درصد در سال بازگشت دارند. نرخ استاندارد بازگشت در بازار سهام دولتی و انتخاب شرکت‌های استارت آپ برتر یک قمار بزرگ به شمار می‌آید. ۵۰٪ شرکت‌های تازه تاسیس در ۵ سال اول تاسیس به سمت ورشکستگی پیش می‌روند. و فناوری در حال تغییر روزمره و بازار این فرایند را سخت‌تر می‌گرداند. بخش عمومی معمولاً متخصص لازم را برای ارزیابی و حمایت از کارآفرینان را ندارد. لذا ضرورت حمایت از این نوع کسب و کارها به ویژه در کشورهای در حال توسعه، از طرق مختلفی مانند مراکز رشد آشکار می‌شود.

همچنین، مراکز رشد تشویق توسعه کسب و کارها نوپا، در جوامع محلی از طریق کمک به کارآفرینان محلی در راستای ایجاد شرکت در یک مرکز مشخص را بر عهده دارند (Campbell, 2013). و با این عمل، مراکز رشد، به کارآفرینان خدمات رسانی می‌کنند، البته جامعه هم طبیعتاً از مزایای جانبی آن بهره‌مند خواهد شد و به افزایش در تعداد مشاغل در دسترس و درآمد اضافی که به واسطه ایجاد کسب و کارهای جدید در نواحی شهری یا روستایی ایجاد می‌شود، دست خواهد یافت.

در واقع مراکز رشد خلاء موجودی که برای راه اندازی کسب و کارهای دانش بنیان در بسیاری از مناطق وجود دارد را پر می‌کنند. هر کسی توان مالی و یا زمان کافی برای حضور در کلاس دانشگاهی و اخذ مدرک مدیریت بازرگانی را ندارد، از طرف دیگر، هر کسی نیز دسترسی به منابع کافی به منظور ایجاد کسب و کار و در نهایت کسب سود را ندارد. برنامه‌های مراکز رشد، با مهیا کردن آموزش‌های ابتدایی کارآفرینی، (Burns & Dewhurst,

(1996) به عنوان فضایی که می‌توان کسب و کار را در آنجا راه اندازی کرد و در برخی مواقع ارتباط دهنده صاحبان کسب و کارهای جدید با کسانی که احتمالاً در آینده کسب و کار سرمایه گذاری کمک می‌کند فرایند را تسهیل می‌کند.

با توجه به آمار منتشر شده در سایت وزارت علوم، در سال ۱۳۹۳ تعداد ۱۶۴ مرکز رشد واحدهای فناوری در کشور وجود داشته است (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ۱۳۹۳). همچنین این آمار نشان می‌دهد که در سال ۱۳۹۳ تعداد ۶۹ مرکز رشد واحدهای فناوری وابسته به دانشگاه و تعداد ۷۸ مرکز رشد واحدهای فناوری وابسته به پارک‌های علم و فناوری در کشور وجود داشته است (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ۱۳۹۳).

### ۳.۵ مرکز شتاب‌دهی نوآوری

چنان که قبلاً نیز ذکر گردید، شتاب‌دهنده استارت‌آپ، شرکتی است که از ابتدای کار یک استارت‌آپ آن را تحت پوشش خود در می‌آورد و برای این کار از میان شرکت کنندگان، پس از مدتی کوتاه مورد ایده‌ای برگزیده و به عنوان استارت‌آپ انتخاب می‌کند. شتاب‌دهنده‌ها با سرمایه‌گذاری اولیه بر روی یک شرکت نوپا، درصدی از مالکیت آن را در اختیار گرفته و در مقابل به گردانندگان پروژه آموزش‌های لازم و خدماتی در مسیر ارزش آفرینی سریعتر و برای کسب موفقیت بهتر را می‌دهند (Hochberg, 2015).

مرکز شتاب‌دهی نوآوری، با هدف تقویت اکوسیستم کارآفرینی و شتاب‌دهی به رشد استارت‌آپ‌های ایرانی فعالیت خود را با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و زیر نظر پارک فناوری پردیس از ابتدای تیرماه ۱۳۹۳ آغاز نمود. هدف اصلی این مرکز، اجرای برنامه «استارت‌آپ ایران» بعنوان یک برنامه ملی در کشور است (پارک علم و فناوری پردیس، ۱۳۹۴).

این مرکز با مشارکت جدی و همکاری متقابل بخش دولتی و بخش خصوصی راه-اندازی شده و در مدیریت آن، از ابزارها و تجربیات هر ۲ نهاد استفاده می‌شود. پارک فناوری پردیس بعنوان سازمان مادر ایجادکننده این مرکز، شرکت سرآواپارس بعنوان سرمایه گذار، صندوق توسعه فناوری‌های نوین بعنوان سرمایه گذار، کانون کارآفرینان صنعتی ایران بعنوان مجری رویدادهای استارت‌آپ و یکند و شرکت آوای تک پردیس بعنوان مجری دوره-های شتاب‌دهی در این مرکز مشارکت داشته و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز از فعالیت‌های این مرکز، حمایت‌های مادی و معنوی بعمل می‌آورد.

عمده مخاطبین این مرکز، متخصصین و صاحبین ایده و کارآفرینان هستند و قصد ایجاد یک استارت‌آپ یا آموختن روش تیم‌سازی را دارند. مرکز شتابدهی نوآوری، با اجرای برنامه‌های متنوع، نسبت به ترویج فرهنگ و آموزه‌های کارآفرینی اقدام کرده و با استقبال غیر قابل پیش بینی جوانان کشور مواجه شده است. مرکز شتابدهی نوآوری در حال حاضر ۲ برنامه عمده دارد:

۱. برنامه «۱۰۰ در ۱۰۰» با هدف تقویت اکوسیستم استارت‌آپ‌ها.

۲. برنامه «۱۰۰ استارت‌آپ» با هدف شتابدهی به استارت‌آپ‌های ایران.

چنان‌که ملاحظه می‌شود، مراکز شتابدهی در کشور در مراحل ابتدایی کار خود بوده و در حال حاضر انسجام لازم را ندارد، البته نایستی فراموش کرد که کلا مراکز و شرکت‌های شتابدهنده کسب و کارهای نوپا قدمتی طولانی ندارند، ولی با توجه به پتانسیل موجود در کشور، از سرمایه انسانی گرفته تا سرمایه فیزیکی، می‌توان با سیاست گذاری صحیح، جهشی در زمینه مراکز شتابدهی داشت.

#### سایر مکانیسم‌ها

##### مکانیسم مقرراتی

اولین قدم کارآفرینان بعد از جمع کردن افراد اصلی خود برای شروع یک کسب و کار، ایجاد مشارکت است. به دلیل عوامل قانونی که آن هم از عوامل اجتماعی نشات می‌گیرد، مشارکت در برخی از کشورها بسیار آسان‌تر از برخی دیگر است (Kushida, 2001). به عنوان مثال در کشور ژاپن جلب مشارکت وقت و انرژی بیشتری نسبت به آمریکا می‌برد. در آمریکا زمانی که هفت یا هشت نفر گردهم بیایند، ایجاد یک کسب و کار فقط به سختی تکمیل کردن چند برگه خواهد بود. حال این که در ژاپن برای شروع مشارکت در یک کسب و کار به طور متوسط به ۱۰ میلیون ین نیاز خواهد بود. به بیان دیگر یک کارآفرین باید تقریباً ۱۰ میلیون ین از طریق دوستان و آشنایان، خانواده و یا وام‌های با بهره زیاد فراهم کند تا یک کسب و کاری را راه‌اندازی نماید. کوشیدا پیشنهاد می‌دهد که مقررات زدایی در زمینه تضمین سرمایه اولیه کسب و کارها می‌تواند تا حد زیادی این مشکل را حل کند (Kushida, 2001). بنیاد کافمن (Kauffman Foundation) در گزارش هضم سیاست کارآفرینی (Entrepreneurship policy digest) یکی از راه‌های ارتقای کارآفرینی را حذف موانع مقرراتی برای رشد می‌داند. در این گزارش بیان می‌شود که همچنان که مقررات در طول زمان ایجاد می‌شوند، باعث ایجاد هزینه‌های فزاینده و نامتوازن برای شرکت‌های

کارآفرینی می‌شوند (kauffman foundation, 2015). آمار موجود در رابطه با کیفیت محیط مقرراتی در کشور بیانگر این است که در حال حاضر، جایگاه مناسبی برای کشور در این زمینه وجود ندارد، که می‌تواند به عنوان عاملی منفی در جهت تقویت و توسعه کسب و کارهای نوپا عمل کند (Cornell University, INSEAD, and WIPO, 2013; 2014).

### فرشتگان ثروت

سرمایه‌گذاری در نوپاها به تخصص فراوان نیازمند است؛ زیرا کارآفرینی که دست به راه اندازی شرکتی نوپامی‌زند، نیازهایی فراتر از پول نقد دارد. شبکه‌ای در هم تنیده از فرشتگان ثروت در سراسر دنیا در کنار سرمایه، تجربیات فراوانی را در اختیار کارآفرینان قرار می‌دهند، در ایران شبکه‌ای از فرشتگان ثروت در حوزه نوپاها شکل نگرفته است. و تقریباً تمامی نوپاها در ایران سرمایه اولیه دراستارت آپ‌های خود را از سویس اندازهای شخصی خود و یا قرض از اقوام بدست می‌آورند (چاره‌خواه، فرطوسی، و ملایری، ۱۳۹۳).

### صندوق‌های سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر

پارک‌های علمی و فناوری و شهرک‌های تحقیقاتی از پایان دهه ۱۳۷۰ در کشور پا گرفته است، با این همه در حوزه سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر فعالیتی به ثبت نرسیده است. به تدریج سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر به عنوان روش جدید برای تامین مالی طرح‌های کارآفرینی و نوآوری در داخل کشور مطرح و لایحه‌هایی نیز از سوی سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور به هیئت دولت رفت که بر اساس آن بودجه معینی به صورت کلی تعریف می‌شد.

پس از آن برخی سازمان‌ها و نهادهای دارای وظیفه حمایت از طرح‌های تحقیقاتی و کارآفرینی، این نوع سرمایه‌گذاری را در دستور کار خود قرار دادند، اما با وجود تشکیل چندین نهاد و صندوق مالی با رویکرد سرمایه‌گذاری خطرپذیر، تا کنون پیشرفت چندانی صورت نگرفته است. با وجود اینکه دولت و مجلس دهمدر بندهایی از قوانین مصوب خود اشاراتی به این صنعت داشته‌اند، متأسفانه این وارد بسیار اندک بوده و در جهت رفع موانع موجود و توسعه این صنعت راه گشا نبوده است.

## ۶. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

باتوجه به وضعیت خاصی که برای ایران پس از انقلاب سال ۱۳۵۷ و به ویژه در دو دهه اخیر که ناشی از ظلم و استکبار جهانی به وجود آمده و در پی آن تحریم‌های اقتصادی

بیشماری که قدرت‌های بزرگ جهان بر کشور تحمیل کرده‌اند، ضرورت کارآفرینی و اتکای به خود را برای ایران دو چندان کرده است، در همین راستا، رهبر انقلاب اسلامی، بحث اقتصاد مقاومتی را به منظور مقابله با استکبار جهانی و کارآفرینی بر پایه توان درونی را در سال ۱۳۸۹ در حضور جمعی از کارآفرینان مطرح نمودند.

در این مقاله، مهم‌ترین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی منبعث از بند اول سیاستها را توسعه کارآفرینی و مردمی کردن اقتصاد در نظر گرفته و توسعه کارآفرینی نوپا را به عنوان یکی از شاخص‌ها یا مؤلفه‌های بند اول سیاستهای اقتصاد مقاومتی در نظر گرفته ایم. توسعه کارآفرینی نوپا، نیازمند بالندگی اکوسیستم نوپا و فراگیر شدن فرهنگ توجه به ایده و اقدام برای عملیاتی کردن آن در جامعه و سرانجام فعال شدن همه شیوه‌های سرمایه‌گذاری به عنوان پشتیبان نوپاها در مراحل کشت ایده و آغازین فعالیت و سرانجام فراهم شدن بسترهای خروج سرمایه گذار در مراحل پیشرفته‌تر از نوپاها است.

مهم‌ترین سؤالی که در این مقاله دنبال شده این است که توسعه کارآفرینی نوپا در چارچوب سیاستهای اقتصاد مقاومتی چگونه ممکن است؟ به عبارتی، اگر بخواهیم بر اساس بند اول سیاستهای اقتصاد مقاومتی از همه ظرفیتهای جامعه بویژه ظرفیتهای انسانی آن بهره‌مند شویم چه سازوکارهایی را می‌توان تعریف کرد؟ در همین راستا مقاله حاضر به شناسایی مکانیسم‌های توسعه کارآفرینی نوپا در کشور پرداخته است.

بررسی مطالعات پیشینشان می‌دهد که تامین مالی از جمله مهمترین دغدغه‌های استارت‌آپ‌ها در اقتصادهای امروزی می‌باشد و دولت‌ها با ایجاد سازوکارهایی و اتخاذ سیاست‌هایی راه را برای تامین مالی این قبیل اقدامات کارآفرینانه باز می‌کنند. روش‌های مختلف تامین مالی برای استارت‌آپ‌ها در مطالعه حاضر مورد بحث قرار گرفت و تامین مالی از طریق سرمایه‌گذاران خطرپذیر، مراکز رشد، وام‌های بانکی و کمک‌های دولتی جزو روش‌های سنتی تامین مالی برای استارت‌آپ‌ها قلمداد شده و شتاب‌دهنده‌ها نیز در رده روش‌های نوین تامین مالی برای استارت‌آپ‌ها مد نظر قرار گرفته است.

پس از بررسی نظرات عده‌ی از محققان در باره لزوم دخالت دولت در زمینه رشد و توسعه کارآفرینی و بخصوص حمایت از استارت‌آپ‌ها، مکانیسم‌هایی اثرگذار بر اکوسیستم استارت‌آپ‌ها در ایران که اکثراً نیز دولتی هستند، شناسایی شدند. پارک‌های علم و فناوری به عنوان حلقه ضروری از زنجیره توسعه اقتصادی کشور، در دهه اخیر مورد توجه فراوانی قرار گرفته است. تعداد پارک‌های علم و فناوری در طی ۱۵ سال از یک واحد به ۳۳ واحد

افزایش یافته است. این پارک‌ها به عنوان مهمترین مکانیسم توسعه کسب و کارها نوپا در ایران شناخته می‌شود. مراکز رشد نیز یکی دیگر از مکانیسم‌های اثربخش توسعه استارت‌آپ‌ها به شمار می‌روند.

جدیدترین مکانیسمی که برای رشد و توسعه استارت‌آپ‌ها معرفی شده است، شتاب‌دهنده‌های استارت‌آپ هستند. مرکز شتاب‌دهی نوآوری به عنوان اولین مرکز شتاب‌دهنده استارت‌آپ در ایران، برنامه‌هایی مختص توسعه استارت‌آپ‌ها در ایران دارد. همچنین سایر مکانیسم‌هایی که می‌توانند در روند توسعه استارت‌آپ‌ها در ایران تاثیرگذار باشند عبارتند از: مکانیسم مقرراتی با اصلاحاتی در قوانین و مقرراتی، فرشتگان ثروت و صندوق‌های سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر.

در یک جمع بندی کلی از یافته‌های تحقیق، بایستی اذعان نمود که در چهارچوب سیاستهای اقتصاد مقاومتی، جذب و ارزش نهادنبر استعدادهای موجود در هر منطقه یکی از پیشران‌های اصلی بروز کارآفرینی نوپا در بسیاری از مناطقیاست که اکوسیستم مناسبی برای استارت‌آپ‌ها دارند. همچنین به دلیل نقش فعال بازیگران دولتیدر حمایت از برنامه‌های کارآفرینانه، اکوسیستم استارت‌آپ‌ها روز به روز پیشرفته‌تر می‌شود. در واقع برخلاف آنچه در اکثر کتب و مقالات مربوط به کارآفرینی که در آن دولت را از حضور فعال در عرصه برحذر می‌دانند، این مطالعه دولت را به عنوان یکی از مهم‌ترین پیشران‌های توسعه کارآفرینی نوپا در کشور به منظور تحقق اقتصاد مقاومتی معرفی می‌کند. دولت از طریق اعمال خط مشی در وزارتخانه‌ها و موسسات می‌تواند موجب شکوفایی کارآفرینی نوپا شود. البته تجربه سایر کشورها نیز حاکی از مشارکت دوجانبه بخش خصوصی و دولتی است کهمنجر به ظهور شرکت‌های بسیار موفق‌ی چون گوگل، اپل و غیره شده است.

بنابراین پیشنهادات ذیل را می‌توان برای توسعه کارآفرینی نوپا ارایه نمود:

- دولت سیاست‌گذاری‌های صحیح موجبات بهره‌وری بیشتر پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد، به عنوان ارکان حمایت از کسبکارهای نوپا را فراهم آورد.
- سیاستگذاران، شتاب‌دهندگان کسب و کارهای نوپا را به عنوان سکوی پرتابی در نظر داشته باشند که می‌تواند شکاف موجود بین ایران و کشورهایی که از نظر کسب و کارهای نوپا با موفقیت عمل می‌کنند، را کاسته و از بین ببرد.
- توسعه بازار مالی یکی از مهم‌ترین نیازمندی‌های بروز اکوسیستم کارآفرینی قوی به ویژه در صنعتی(صنایع با فناوری بالا) است که به طور زیادی به منابع مالی خارجی



وابسته است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که سیاست‌گذاران اقتصادی تقویت زیر ساخت‌های بازار مالی کشور را به منظور حمایت از کسب و کارهای نوپا مد نظر قرار دهند.

- سرمایه انسانی برای توسعه شرکت‌های نوپا نقش مرکزی و اصلی را بازی می‌کند، لذا حمایت از نیروی کار و ارتقای مهارتها و قابلیت‌های افراد نیز می‌تواند باعث افزایش نرخ شروع کسب و کارها و البته افزایش نرخ موفقیت آن‌ها شود.

### پی‌نوشت‌ها

۱. در این نوشتار کسب و کارهای نوپا و استارت آپ‌ها، هر دو به یک معنی (startup)، به کار گرفته شده‌اند.
۲. بیانات رهبری در دیدار جمعی از کارآفرینان سراسر کشور؛ تهران: ۸۹/۶/۱۶.
۳. بیانات در حرم مطهر رضوی؛ مشهد مقدس: ۱۳۹۳/۱/۱.
۴. این شاخصها، صرفاً پیشنهاد محقق می‌باشد.

### کتاب‌نامه

- چاره خواه، ج، فرطوسی، م، و ملایری، م. (۱۳۹۳). سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای نوپا با نگاهی به وضعیت کشورهای و منطقه. تهران: مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال.
- سلطانی، ب. (۱۳۸۲). بررسی پارک‌ها و مراکز رشد در ایران. نخستین کارگاه آموزشی پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری. اصفهان.
- معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری. (۱۳۹۰). پارک علم و فناوری و مراکز رشد. تهران: دفتر ارتباطات و اطلاع رسانی.

Atherton, A. (2012). Cases of startup financing: An analysis of new venture apitalisation structures and patterns. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 28-47.

Bansal, M. (2012). *statistics about funding in the startups*. Retrieved from TechAloo: <http://techaloo.com/statistics-about-funding-in-the-startups/>

Brehhang , I. (2012). Accelerating Success: A Study of Seed Accelerators and Their Defining Characteristics. Bachelor Thesis in Industrial Engineering and Management. Borella, P. (2012). *Startup Sauna: Accelerating Startups from Northern Europe & Russia*. Espoo: Startup Sauna.

- Burns, P., & Dewhurst, J. (1996). *Small Business and Entrepreneurship*. London cMillan Press Ltd, United Kingdom, 37-73.
- Calopa, M. K., Horvat, J., & Lalic, M. (2014). Analysis of financing sources for start-up companies. *Journal of Management*, 19-44.
- Campbell, J. R. (2013). and Technology: An Assessment Chinese Science and Technology Policy. *Technology Innovation*, 1-15.
- Christofidis, C., & Debnande, O. (2001). *financing innovation firms through venture capital*. European Investment Bank.
- Cornell University, INSEAD, and WIPO. (2013). *The Global Innovation Index 2013: The Local Dynamics of Innovation*. Geneva, Ithaca, and Fontainebleau.
- Cornell University, INSEAD, and WIPO. (2014). *The Global Innovation Index 2014: The Human Factor in Innovation*. Fontainebleau, Ithaca, and Geneva.
- Cornell University, INSEAD, and WIPO. (2015). *The Global Innovation Index 2015: Effective Innovation Policies for Development*. Fontainebleau, Ithaca, and Geneva.
- Criscuolo, C., Gal, p., & Menon, C. (2014). Dynamics of employment growth: new evidence from 18 countries. *OECD science, technology and industry policy paperson.14,OECD publishing*. <http://dx.doi.org/10.1787/5zj417hj4hg6-en>.
- Davila, A., Foster, G., & Gupta, M. (2003). Venture-Capital Financing and the Growth of Startup Firms. *Journal of business venturing*, 18(6), 689-708.
- Dilger, R. (2013). SBA Assistance to Small Business Startups: Client Experiences and Program Impact. *Congressional Research Service*, 1-21.
- Dolatabadi, H. (2015). Analysis of the Impact of Ethnocentric and Resistive Economy on Sustainable Competitive Advantage (Case Study: Automotive Parts Manufacturing Companies). *The Open Access Journal of Resistive Economics. Volume 8* , 2345-4954.
- European Commission on SME. (2008). Your Business is Our Business. Starting a Business Incubator. Enterprise Europe Network, (release date 30.04.2008). Available on: [http://enterprise-europe-network.ec.europa.eu/index\\_en.htm/](http://enterprise-europe-network.ec.europa.eu/index_en.htm/).
- Gorman, M., & Sahlman, W. (1989). What do venture capitalists do? *Journal of Business Venturing* 4, 231–248.
- Graham, P. (2004). *big ideas from the computer age*. O'Reilly Media, Inc.
- Hellmann , T., & Puri, M. (2002). Venture Capital and the Professionalization of Start-Up Firms: Empirical Evidence. *THE JOURNAL OF FINANCE • VOL. LVII, NO. 1*, 169-198.
- Hellmann, T., & Puri, M. (2000). The interaction between product market and financing strategy: The role of venture capital. *Review of Financial Studies* 13, 959-984.
- Herrmann, B., Gauthier, J., Berman, R., & Marmer, M. (2015). *The Global Startup Ecosystem Ranking 2015 \*excluding China, South Korea and Japan*. Startup Compass Inc.
- Hochberg, Y. (2015). Accelerating Entrepreneurs and Ecosystems: The Seed Accelerator Model. *Rice University, MIT & NBER† Conference Draft*.
- Hudson, M. (2014). *Important Things to Know About Angel Investors - 2014*. Retrieved from Angel Capital Association:

- <http://www.angelcapitalassociation.org/data/Documents/Resources/ACA-AngelBackground2014.pdf>
- Ingle, C. (2007). Effective governance for start-up companies regarding the board as a strategic resource. *Int. J. Business Governance and Ethics*, Vol. 3, No. 3., 309-328.
- Indian Government. (2016). *Startup India: Action Plan*. New Delhi: Department of Industrial Policy and Promotion.
- INSEAD and WIPO. (2012). *The Global Innovation Index 2012: Stronger Innovation Linkages for Global Growth*. Geneva.
- kauffman foundation. (2015). *Entrepreneurship policy digest*. Retrieved from Kauffman foundation: [www.kauffman.org/policydigest](http://www.kauffman.org/policydigest)
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing* 21 , 866– 885.
- Kotha, R., & George, G. (2012). Friends, family or fools: Entrepreneur experience and its implications for equity distribution and resource mobilization. *Journal of Business Venturing*, 525-543.
- Kushida, K. (2001). Japanese Entrepreneurship: Changing Incentives in the Context of Developing a New Economic Model. *Stanford Journal of East Asian Affairs*, 86-96.
- Lesakova, L. (2012). The Role of Business Incubators in Supporting the SME Start-up. *Acta Polytechnica Hungarica*, 85-95.
- Lindelof, P., & Lofsten, h. (2003). Science park location and new technology-based firms in Sweden—implications for strategy and performance. *Small Business Economics*, 20(3), 245-258.
- Mazzucato, M. (2013). *The Enterpreniual State*. London: Anthem Press.
- McKakill, T. (2009). *An Introduction to Angel Investing*. Windsor, Melbourne: Breakthrough Publications.
- OECD. (2015). Young SMEs, growth and job creation. <http://dx.doi.org/10.1787/5jz417hj6hg6-en>.
- Reis Eric. (۲۰۱۱). *The Lean Startup*. New York: Crown Business.
- S shane و S Venkatarman. (۲۰۰۰). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review* 25.۲۲۶-۲۱۷ (1)
- Startup Genomy. (2012). *startup ecosystem report*.
- Tedesco, D. (2014). An Overview of the Venture Capital Process for Entrepreneurs. *Entrepreneurship and Innovation White Paper Series*, 1-8.
- Weerawardena, j., Ocass, A., & Julian , C. (2006). Does industry matter? Examining the role of industry structure and organizational learning in innovation and brand performance. *Journal of business research*.
- Yanga, C.-H., Motohashi, K., & Rong , J. (2009). Are new technology-based firms located on science parks really more innovative? Evidence from Taiwan. *Research Policy* 38 , 77–85.
- Young, D. (2012). MAKE BUSINESS YOUR BUSINESS: SUPPORTING THE START-UP AND DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS. *URN 12/827*  
[www.nationalarchives.gov.uk/doc/opengovernment-licence](http://www.nationalarchives.gov.uk/doc/opengovernment-licence).