

مرور نظام مند بر انتخاب شریک استراتژیک در استارت آپها (با رویکرد بیبلیومتریک)**عطاءاله هرندی^{۱*}، عباس ابوطالب^۲**^۱استادیار گروه استراتژی و سیاست‌گذاری کسب‌وکار، دانشکده مدیریت کسب‌وکار، دانشکده‌گان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)^۲ دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی گرایش سیاست‌گذاری بازرگانی، دانشگاه تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۳۱ تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۳/۰۱

A systematic review of partner selection in start-ups (bibliometric approach)**Atta Ollah Harandi¹, Abbas Aboutaleb²**¹Assistant Professor, Department of Strategy and Business Policy, Faculty of Business Management, College of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. (Corresponding Author).²PhD Student of Business Management, University of Tehran, Tehran, Iran.

Received: (19/04/2024) Accepted: (21/05/2024)

شناسه بکتا: asm.pgu.ac.ir/article_713897.html**Abstract**

These days, startups have attracted a lot of attention at the national and international level because countries need innovation in their businesses to create dynamic in the economy, startups or businesses can grow and improve. Startups are usually created from big ideas and evolve to achieve success, but startups face many obstacles to success. One of the obstacles that start-ups and new businesses face is choosing a partner at each stage of the business life cycle, so doing this process is not an easy task and in this regard aspects and criteria should be considered. Identifying and analyzing the relationship between partner selection criteria can help to increase the probability of success and continue the path of startups formed in the ecosystem so that the active people in this ecosystem can make smarter decisions. One of the vital factors of partnership, sustainability and transparency are at the highest priority level and therefore more attention should be paid to these matters. In order to obtain a complementary, interconnected and integrated view to examine the research topic and also to fill the existing gaps, this research seeks to do the following: The performance and scientific approach of researchers and people active in the ecosystem in order to express some selection criteria To be analyzed as a partner and investor in new businesses and start-ups.

Keywords: *Bibliometric, Co-founder, Entrepreneur, Investor, Startup*

چکیده

یکی از عوامل کلیدی موفقیت در رشد استارت‌آپها، انتخاب شریک استراتژیک در هر مرحله از چرخه عمر کسب و کار است، بنابر این انجام این فرآیند کار ساده ای نیست و در این خصوص می‌بایست جنبه‌ها و معیارهای مختلفی مد نظر قرار گیرد. شناسایی و تحلیل ارتباط بین معیارهای انتخاب شریک می‌تواند برای بالابردن احتمال موفقیت و ادامه مسیر استارت آپ‌های شکل گرفته درون اکوسیستم کمک نموده تا باعث شود فعالان این اکو سیستم بتوانند تصمیم‌گیری‌های هوشمندانه تری داشته باشند. از عوامل حیاتی شراکت، پایداری، شفافیت و سالم بودن در بالاترین درجه الویت قرار دارند و از این رو می‌بایست به این موارد توجه مضاعف شود. به جهت کسب نگاه تکمیلی، به هم پیوسته و یکپارچه برای بررسی موضوع پژوهش و همچنین به منظور پر کردن خلاءهای موجود در این بین، این تحقیق به دنبال انجام موارد زیر است: عملکرد و رویکرد علمی محققان و فعالان اکو سیستم به جهت امکان بیان برخی از معیارهای انتخاب شریک و سرمایه‌گذار در کسب و کارهای نو پا و استارت آپها تحلیل شود. این پژوهش با رویکرد علم‌سنجی و شناسایی و تکمیل فضاهای خالی دانشی و همچنین در خصوص موضوع پژوهش حاضر شکل گرفته است. روش به کار گرفته شده در پژوهش حاضر کیفی - مرور نظام مند بیبلیومتریک است و به این جهت از نرم افزار ووس و یور جهت ترسیم خوشه‌ها و تحلیل‌های آتی استفاده شده است. یافته‌های حاصل از مطالعات علم‌سنجی حاکی از آن است که مسیرهای پژوهشی متعددی در صد ارائه فهم و بینش در خصوص توسعه اکو سیستم کسب و کارهای استارت آپی است. از این رو موضوع شناسایی عوامل موثر بر انتخاب شریک در شرکت‌های نوپا می‌تواند به توسعه این اکوسیستم کمک شایانی کند. مفاهیمی همچون عملکرد، کارآفرینی، نوآوری و سرمایه‌گذاری خطرپذیر دارای بیشترین توجه در این حوزه می‌باشند. در تحلیل عملکرد کشورها، نوب‌سندگان و مقالات پر استناد شناسایی شدند. ایالات متحده آمریکا، چین و انگلستان برجسته‌ترین کشورها در این حوزه بودند. در ادامه تحلیل پنج خوشه اصلی شناسایی و سازه‌های اصلی هر خوشه مشخص شده است.

کلید واژه‌ها: *استارت آپ، بیبلیومتریک، سرمایه‌گذار، شریک کسب و کار، کارآفرین*

مقدمه

بی شک انتخاب شریک یکی از عمده‌ترین عوامل موفقیت یا شکست یک کسب و کار علی‌الخصوص کسب و کارهای نوپا و استارت آپ‌ها به شمار می‌رود. موفقیت یا شکست شراکت‌ها به سخت‌کوشی در کار، پوشش مهارت‌ها و نقاط ضعف یکدیگر، استفاده از پتانسیل تیم و جبران کاستی‌ها مربوط می‌شود. همه چیز به میزان سرمایه‌گذاری و یا نحوه ورود منابع مالی مربوط نمی‌شود، در اکثر موارد شراکت‌ها می‌توانند بدون سرمایه‌گذاری مستقیم شریک انجام شود اما به شرطی که معیارهای صحیح انتخاب شریک مربوط به نوع کسب و کار و صنعت خود را به درستی شناسایی کرده باشیم (محمد و مصطفی، ۲۰۲۳).

موضوع تعیین معیار برای انتخاب شریک در استارت آپ‌ها، در اکوسیستم و همچنین در موضوعات پژوهشی دارای اهمیت ویژه‌ای است. تحقیقات زیادی در این حوزه انجام شده است،

اما به جهت تعیین معیارهای پالایش شده و کاربردی، نیاز به انجام پژوهش‌های تکمیلی و همچنین به روزرسانی مطالعات قبلی می‌باشد (مسعود شاهسونی؛ نرگس صمدپور، ۲۰۲۳).

انتخاب شریک تجاری موضوعی است که در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است، بخشی از اهمیت آن نیز به این دلیل است که رشد و تعالی از کسب و کارهای نوپا شروع می‌شود و به مشاغل و سازمان‌های بزرگتر و در نهایت تمامی لایه‌های مرتبط در سطح ملی منتقل می‌شود (مروتی شریف آبادی و همکاران، ۱۳۹۸).

آنجلس پانتواکیس و آتینا سینتیچاکی (۲۰۱۹)^۲ در مطالعه خود تحت عنوان انتخاب شرکای مناسب برای به حداکثر رساندن ارزش برای شرکت‌های حمل و نقل، ضمن اشاره به موضوع هم‌آفرینی در ایجاد ارزش، چنین نتیجه‌گیری کرده‌اند: از آنجائیکه اولویت حضور شریک در کسب و کار استفاده از پتانسیل‌ها و قابلیت‌های خود در راستای بهره‌برداری از توانایی تیم است، استفاده از مکمل‌های منابع و قابلیت‌ها به عنوان ابزار مهمی برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار عنوان شده است.

دوچاک و شارما (۲۰۱۶)^۳ در مطالعه‌ای مدلی را برای تصمیم‌گیری در مورد انتخاب شریک در شرکت‌های نوپا و استارت آپ‌ها با استفاده از AHP فازی پیشنهاد کردند، در این پژوهش با استفاده از مصاحبه داده‌های کیفی و با استفاده از پرسشنامه داده‌های کمی جمع‌آوری شده‌اند. جامعه آماری پژوهش شامل شرکت‌هایی با قابلیت پذیرش ریسک بود که پس از جمع‌آوری داده‌های کمی و کیفی، از معیارهای کارآفرینی، ویژگی‌های بازار، مهارت‌های مدیریتی، مسائل و مشکلات مالی، محیط اقتصادی و قوانین حاکمیتی به عنوان ویژگی‌های انتخاب شریک در شرکت‌های نوپا استفاده شده است.

محمد رضا رادفر و غلامرضا زمریدیان (۲۰۱۹) در مطالعه خود با رویکرد تعیین معیارهای کلیدی انتخاب شریک تجاری که در این پژوهش از روش کیفی استفاده شده است، عوامل اصلی زیر را به عنوان معیارهای اصلی معرفی نموده‌اند: ریسک‌پذیری، تجربیات و طرز تفکر کارآفرینی، توانایی ایجاد مالکیت معنوی و ارزش افزوده، ظرفیت‌های بازار یابی، استراتژی خروج، مسوولیت‌پذیری، نوآوری و داشتن افق سرمایه‌گذاری.

این مطالعه با هدف ارائه مدل بومی تصمیم‌گیری و توسعه دانش در اکوسیستم استارت‌آپی انجام شده است.

هدف: از آنجائیکه در پژوهش‌های قبلی پراکندگی وجود دارد و از طرفی نیاز به وجود یک نگاه جامع در این موضوع، هدف اصلی این پژوهش شناسایی عوامل موثر بر انتخاب شریک (سرمایه‌گذار) تجاری در شرکت‌ها و تیم‌های استارت‌آپی و دسته‌بندی آن‌ها می‌باشد.

پژوهش‌های انجام شده در این حوزه معمولاً بخش کوچکی از اکوسیستم استارت‌آپی مانند حیطه‌های فعالیت، عوامل موفقیت و تامین مالی را مورد مطالعه قرار داده است و نگاه کامل به مقوله انتخاب شریک در مراحل رشد و توسعه کسب و کار نداشته است.

1. Mohammad & Mostapha (2023)

2. Angelos Pantouvakis & Athina Syndychaki (2019)

3. Dochak & Sharman (2016)

لذا هدف اصلی از انجام این پژوهش شناسایی، تحلیل و بیان ارتباط بین مولفه‌ها و معیارهای کلیدی و اثرگذار بر انتخاب شریک در استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوپا است. (محمد نوروزی فرد؛ علی زمانی، ۱۳۹۵). معیارهای انتخاب شریک با توجه به نوع کسب و کار و اکوسیستم اصلی ترین سوال این پژوهش است.

پیشینه نظری پژوهش – مرور ادبیات

در این بخش به بررسی چارچوب نظری، تعریف کلید واژه‌ها و پیشینه مربوطه از جنبه نظری می‌پردازیم: بسیاری از شرکت‌ها، اهمیت فرآیند توسعه‌ای در کسب و کار و ارتقاء سطح بلوغ آن در بهبود افزایش عملکرد تشکیلات خود را درک کرده‌اند (باندرا، اینداسکا، چانگ و صدیق، ۲۰۰۷).^۴ انتخاب شریک در شرکت‌های استارت‌آپی که یکی از ارکان اصلی فرآیندهای توسعه‌ای کسب و کار است از این قاعده‌مثنی نیست. اما با وجود این هنوز شناسایی معیارهای انتخاب شریک در شرکت‌هایی با کسب و کارهای نوپا سخت است زیرا موضوع‌های مرتبط با آن نظیر تحلیل عملکرد، مدیریت ریسک، مدل‌سازی فرآیندهای توسعه‌ای کسب و کار دامنه متنوع و گسترده‌ای است، بنابر این پرسش اصلی اینجاست که شرکت‌های استارت‌آپی چگونه توانمندی خود را در شناسایی عوامل موثر بر انتخاب شرکای خود توسعه دهند.

استارت‌آپ: مرکز کسب و کارهای کوچک آمریکا یا USSBA استارت‌آپ‌ها را کسب و کارهایی در نظر می‌گیرد که دو ویژگی دارند. نخست این‌که معمولاً حول محور تکنولوژی شکل گرفته‌اند و دیگر این‌که پتانسیل رشد بالایی دارند. این مرکز تأکید می‌کند که پتانسیل رشد بالا باعث می‌شود که استارت‌آپ‌ها دغدغه‌ی تأمین مالی هم داشته باشند و بیشتر از کسب و کارهای کوچک غیراستارت‌آپی به دنبال جذب پول باشند. چون بنیان‌گذاران آن‌ها معمولاً بر این باورند که با جذب سرمایه می‌توانند به سرعت سهم بیشتری از بازار بالقوه خود را به دست بیاورند و در اختیار بگیرند.

شراکت: شراکت نوعی تجارت است که در آن توافق نامه رسمی بین دو یا چند نفر منعقد می‌شود که توافق می‌کنند مالک مشترک باشند، مسئولیت‌های اداره یک سازمان را تقسیم کنند و درآمد یا زیان‌هایی را که کسب و کار ایجاد می‌کند تقسیم کنند. **سرمایه گذار:** انواع سرمایه گذار در استارت‌آپ:

سرمایه گذاران فرشته: سرمایه گذاران فرشته افرادی هستند که در ازای حقوق صاحبان سهام یا بدهی قابل تبدیل به استارت‌آپ‌ها سرمایه می‌دهند. آنها معمولاً در مراحل اولیه توسعه یک شرکت، زمانی که منابع مالی سنتی در دسترس نیستند، سرمایه‌گذاری می‌کنند. سرمایه‌گذاران فرشته اغلب نه تنها منابع مالی، بلکه تخصص و شبکه‌های با ارزش صنعت را برای حمایت از رشد استارت‌آپ به ارمغان می‌آورند.

سرمایه گذاران خطرپذیر VC: کسانی که سرمایه‌گذاری خطرپذیر انجام می‌دهند سرمایه‌گذاران حرفه‌ای هستند که وجوه اختصاص داده شده به سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌هایی با پتانسیل رشد بالا را مدیریت می‌کنند. شرکت‌های سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز معمولاً مبالغ بیشتری را نسبت به سرمایه‌گذاران فرشته سرمایه‌گذاری می‌کنند و بر شرکت‌هایی با کشش ثابت شده در بازار یا پتانسیل رشد قابل توجه تمرکز می‌کنند. آنها تأمین مالی را در ازای سهام ارائه می‌کنند و فعالانه در فرآیندهای تصمیم‌گیری استراتژیک شرکت می‌کنند.

سرمایه گذاران تجاری: شرکت‌های بزرگ معمولاً مستقیماً در استارت‌آپ‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کنند که با اهداف استراتژیک آن‌ها همسو هستند یا هم‌افزایی بالقوه با عملیات موجود ارائه می‌دهند. این سرمایه‌گذاری‌ها می‌توانند اشکال مختلفی داشته باشند، مانند سرمایه‌گذاری در سهام اقلیت، سرمایه‌گذاری مشترک یا مشارکت استراتژیک. استارت‌آپ‌ها از دسترسی به منابع شرکت، تخصص، کانال‌های توزیع و شناخت برند سود می‌برند.

⁴.Bandara, Indulska, Chong & Sadiq (2007)

کارآفرین و کارآفرینی: یک کارآفرین کسی است که یک مدل تجارت را توسعه می‌دهد، سرمایه فیزیکی و انسانی لازم برای شروع یک سرمایه‌گذاری جدید را فراهم می‌کند، آن را عملیاتی می‌کند و مسئول موفقیت یا شکست آن است. شومپتر^۵ در سال ۱۹۲۸ تعریف کارآفرینی را به صورت زیر مطرح کرد: عصاره کارآفرینی در درک و بهره برداری از فرصت‌هاست. (ندا خارقانی، ۱۳۸۵).

بیلیومتریک: یک نوع دسته‌بندی کمی و تعدادی یک مطلب است که می‌تواند بر اساس مقالات، نویسندگان و مجلات دسته‌بندی شود، هدف اصلی از بیلیومتریک ارزیابی علمی متون ادبی و علمی است (المیرا عباس زاده، ۱۳۹۵).

پیشینه تجربی پژوهش

در طی سالها، عواملی چون توسعه تکنولوژی در سراسر دنیا، بالارفتن سطح سواد، ازدیاد جمعیت و عدم پاسخگویی، تعداد مشاغل موجود برای این حجم از جمعیت، فعالان عرصه علم و کسب و کار را به این وا داشت که نوعی دیگر از مشاغل را به وجود آورند که هم با نیاز روز جامعه همراه باشد و هم در بهبود شرایط اقتصادی مفید واقع شود که همین موضوع باعث به وجود آمدن استارت‌آپ‌ها شد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۸).

اصطلاح استارت‌آپ به یک شرکت در مراحل اولیه عملیات اطلاق می‌شود، استارت‌آپ‌ها توسط یک یا چند کارآفرین تاسیس می‌شوند که می‌خواهند محصول یا خدمتی را توسعه دهند که معتقدند تقاضا برای آن وجود دارد. این شرکت‌ها عمدتاً با هزینه‌های بالا و درآمد محدود شروع به کار می‌کنند (محمد و مصطفی، ۲۰۲۳).

تریپاتی (۲۰۱۹)^۶، عناصر تشکیل دهنده اکوسیستم استارت‌آپ‌ها را به ۸ عامل طبقه‌بندی کرده‌اند که شامل: مالی، جمعیت شناختی، بازار، آموزش، سرمایه‌انسان، تکنولوژی، کارآفرین و عامل حیاتی می‌باشند.

دیووک و شارما (۲۰۱۵)^۷ در تحقیق خود معیارها برای تصمیم‌گیری جهت انتخاب شریک را مدل سازی نمودند و سپس اولویت بندی کردند. این تحقیق نشان داد که تجربه، سابقه و عملکرد شریک عامل اصلی و کلیدی در انتخاب شریک است. از سوی دیگر برنامه‌ریزی در تدوین استراتژی‌های مرتبط با خروج و همچنین امور مالی از جمله عوامل ضعیف شناسایی شدند.

رویگرد استقرایی در این پژوهش به معنی رسیدن از جزء به کل، منجر به بررسی و مطالعاتی بیشتری شد که در ارتباط با رویکردهای انتخاب شریک در استارت‌آپ‌ها صورت پذیرفته است که در جدول زیر قابل مشاهده است:

جدول ۱. نام محققین و یافته‌های در رویکرد استقرایی

محقق / تیم تحقیقاتی	سال	یافته‌ها
جوهری راهووانشی و همکاران ^۸	۲۰۲۲	اقدامات انتخاب استراتژیک شریک، توسعه آیتیم‌ها و ساختار را عامل تمرکز می‌دانند و نتیجه‌گیری می‌کنند که عملکرد کلی به طور قابل توجهی با مجموعه‌ای از پارامترها از جمله دانش فرآیند بومی، علاقه به بازاریابی، کارایی برای تولید انرژی، دانش فنی و مقرون به صرفه بودن فعالیت‌ها مرتبط است. آنها معیارهای زیر را برای انتخاب شریک در بخش انرژی شناسایی کرده‌اند. استفاده از دانش بومی، دسترسی به سیستم‌های بازاریابی و هزینه‌ای حداقلی پروژه‌ها

5. Joseph Schumpeter (1928)

6. Tripathi (2019)

7. Dhochak & Sharma (2015)

8. Juhi Raghuvanshi (2022)

چاو فو و همکاران ^۹	۲۰۱۹	حداقل و حداکثر مطلوبیت مورد انتظار هر شریک را وزن دهی و بیان می کنند. استفاده از ماتریس ارزیابی شرکا و چرخه مقایسه بین شرکاء را نیز پیشنهاد داده اند
رادفر و همکاران	۱۳۹۸	مقاله ای تحت عنوان طراحی و تبیین مدل بومی ویژگی های فردی کارآفرین جهت انتخاب سرمایه گذاری مخاطره پذیر در شرکت های نوپا منتشر کرد و در آن ویژگی های فردی کارآفرین جهت انتخاب سرمایه گذاری مخاطره پذیر در شرکت های نوپا را شایستگی فردی کارآفرین، تجربه کارآفرین، ویژگی های شخصیتی کارآفرین و منش ایشان بیان کرده است
لونت و همکاران ^{۱۰}	۲۰۱۳	با نشان دادن اینکه چگونه معیارها، رویکردها و فرآیندهای انتخاب بر رضایت گیرنده پس از امضای قرارداد تأثیر می گذارند، به درک ما از انتخاب شریک کمک می کند. او نام تجاری، حسن شهرت، کیفیت، گسترش و نوآوری، حمایت های فرنچایزر در خصوص آموزش، برنامه های بازاریابی، مدیریت زنجیره تامین و قابل اعتماد بودن را به عنوان معیارهای انتخاب شریک به عنوان فرنچایزر بیان می کند
لوینا و ماهاشیخ ^{۱۱}	۲۰۱۹	ارتباط میان محیط سازمان تحت عنوان محیط های باز را با انتخاب معیارهای مرتبط با شریک و سرمایه گذار پرداخته است و پس از ذکر دلایل و بیان استنباط ها عنوان داشتند که گسترش مرزها، تعاملات محیط داخلی و خارجی و رویکرد نوآورانه تماماً شرکت ها را به سمت شکل گیری تجمیعی فعالیت ها و در ادامه انتخاب شریک سوق می دهد
میمند و صفایی	۱۳۹۷	عنوان کردند که شاخص دانش یادگیری با وزن ۰,۴۷ بیشترین و شاخص سرمایه گذاری با وزن ۰,۰۴ دارای کمترین اهمیت در تعیین معیارهای لازم برای انتخاب شرکای تجاری است

بهره گیری از متد بیبلیومتریک جهت بررسی عمیق این حوزه و استخراج سازه های مهم و روش ها را می توان به عنوان نوآوری این پژوهش عنوان کرد. اغلب مطالعات پیشین به بررسی یکی از معیارهای انتخاب شریک پرداخته اند و نسبت به بررسی کلی موضوع اقدامی نداشته اند.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش در پارادایم عمل گرایی و با رویکرد قیاسی استقرایی انجام شده است و در دسته پژوهش های توصیفی کاربردی است. نوع پژوهش کیفی، استراتژی پژوهش مرور سیستماتیک و روش تجزیه و تحلیل کتاب سنجی یا بیبلیومتریک می باشد. جامعه آماری مورد استفاده نیز کلیه مقالات بین سالهای 2019-2024 در پایگاه علمی وب آو ساینس و روش غربالگری به شرح زیر می باشد:

- Document types: Article or early access or proceeding paper
- Categories: management or business or economics or business finance or operations research management sciences
- Language: English
- Citation topics meso: 6.3 management or 6.10 economics or 6.115 sustainability science or 6.122 economic theory

⁹. Cha o Fu (2019)

¹⁰. Levent Altinay (2013)

¹¹. Natalia Levina & Maha Shaikh (2019)

که قلمرو زمانی منابع بررسی شده آن سال های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۴ و قلمرو موضوعی آن مطالب مرتبط با کلمات کلیدی مندرج در بخش استراتژی جستجوی پژوهش حاضر می‌باشد.

به منظور تحلیل و ترکیب داده ها برای تصمیم‌گیری مبتنی بر شواهد، مرور نظام مند روش مؤثر و کارآمدی است (آختر، پائویو و خان، ۲۰۱۹)^{۱۲}. یکی از زیرمجموعه های مرور نظام مند ادبیات، روش بیبلیومتریک است (لیم و همکاران، ۲۰۲۱)^{۱۳} که در این پژوهش، برای شناسایی و تحلیل روندهای موضوعی بازاریابی محتوای دیجیتال و درگیرسازی مصرف کننده و شناسایی خلأ ادبی در این حوزه استفاده شده است. یکی از دلایل اصلی استفاده از آن، زمانی است که سهم تجربی پژوهش های مختلف، موجب تولید روندهای پژوهشی گسترده، پراکنده و بحث برانگیز می‌شود. در حقیقت بیبلیومتریک تجزیه و تحلیل یک حوزه معین علمی است که تحولات دانش، کیفیت علمی و تأثیر منابع در این حوزه را از منظر عینی و کمی بررسی می کند (کومار، شارما، واتاووالا، ۲۰۲۰)^{۱۴}. عموماً روش بیبلیومتریک دو بخش اصلی دارد: ۱- تجزیه و تحلیل سوابق ۲- ترسیم نقشه های دانش. در بخش تحلیل عملکرد، به بررسی اقدام‌های نویسندگان، کشورها، مؤسسه های علمی و دانشگاه‌ها و سهم هر یک در پیشبرد حوزه علمی پرداخته می‌شود. جهت تشخیص ساختار تفکر یک حوزه و بررسی زمان ها و موضوعات روز در هر دوره، از نقشه‌های دانش استفاده می‌کنیم (دانثو، کومار، پاندي و ميشرا، ۲۰۲۱)^{۱۵}. به دلایل زیر در پژوهش حاضر از روش بیبلیومتریک استفاده شده است:

- تجزیه و تحلیل ساختار اکوسیستم نوآورانه و کسب و کارهای نوپا
- تدوین حوزه های علمی و تشکیلات آن و تحلیل شبکه مطالعات گذشته
- تشخیص خوزه‌های کلیدی پژوهشی، به همراه ساختارهای بنیادی و معیارهای انتخاب شريك تجاری.

استراتژی جست و جو

موتور های جست و جو، کلمات کلیدی، انواع مقاله، حجم ارتباط منابع قابل استناد با حوزه، از جمله معیارهای جهت بررسی بیشتر عنوان می‌گردند. در خصوص موتور جست و جو، داده های بیبلیوگرافی از پایگاه داده وب آو ساینس، انتخاب شده که به یکی از پایگاه‌های معتبر و جامع با برجسته ترین مقالات مشهور است. توماس (۲۰۲۱)^{۱۶} به جهت شروع جستجو کلیدواژه‌های زیر انتخاب شدند:

Investor choice/investor choice criteria/new venture performance/investor firms/angel investor/fundraising/business partner/venture capital/ investor selection orientation/new investor orientation

از مقالات بازه زمانی ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۴ و با لحاظ داکيومنتیشن‌های early access و proceeding paper در پایگاه علمی web of science جهت مطالعه علوم بررسی و منتشر شده مرتبط استفاده شده است، پنج بخش management, business, business finance, operation research و management science و لحاظ کردن citation های ۳، ۶، economic theory، 6.122 sustainability science، 6.115 economics، 6.10 management مورد استفاده قرار گرفته است.

در ارتباط با کیفیت و میزان همبستگی مطالب، از دسته بندی های وب آو ساینس استفاده شد، به گونه ای که تمامی مقاله ها و موضوعات در حوزه های انتخاب شريك و سرمایه گذاری در استارت آپ ها با شدند. بنابراین با استفاده از امکان دسته بندی های وب آو ساینس، میزان کیفیت و همبستگی موضوعات ارتقا پیدا کرد. با استفاده از نرم افزار ووس ویور و وارد کردن داده‌های خروجی وب آو ساینس، با تعیین حداقل 15 استناد، تعداد 163 مقاله مرتبط در این حوزه باقی ماند که

12. Akhter, Pauyo & Khan (2019)

13. Lim (2021)

14. Kumar, Sharma & Vatawala (2020)

15. Donthu, Kumar, Pandey & Mishra (2021)

16. Thomas (2021)

برای تحلیل از آنها استفاده شد. ۵ خوشه و ۱۶۳ آیتم به تفکیک خوشه اول ۸۱ آیتم، خوشه دوم ۴۷ آیتم، خوشه سوم ۲۶ آیتم، خوشه چهارم ۷ آیتم و خوشه پنجم ۲ آیتم به عنوان خروجی کلی بیان می شود.

یافته‌های پژوهش

تحلیل عملکرد

در این قسمت تلاش کردیم تا با استفاده از ابزار بیلیومتری به تحلیل و بررسی عملکرد حوزه پردازیم. در جدول یک ۱۰ عدد از کلمات کلیدی پر استناد به همراه تعداد دفعات تکرار، در جدول ۲ جدیدترین موضوعات مرتبط به همراه بیان رصد خوشه ها، در جدول ۳ عناوین مورد استناد به همراه جزئیات با معیار بیشترین لینک ارجاع شده، جدول ۴ اطلاعات مرتبط با کشورها حداقل با تعداد ۵ استناد و در جدول شماره ۵ اطلاعات مرتبط به دانشگاه‌ها با حداقل ۱۰ مقاله ارائه شده در سال های اخیر در این حوزه علمی معرفی شده اند.

جدول ۲. پر استناد ترین کلمات در موضوع تحقیق

کلمه کلیدی	تعداد دفعات تکرار
Performance	428
Venture capital	319
Innovation	289
Entrepreneurship	277
Impact	230
Firms	209
Investment	199
Growth	136
Networks	113
management	109

جدول ۳. موضوعات مرتبط و رصد خوشه‌ها

عنوان	خوشه‌ها
Success	Entrepreneurship
	Performance
	Venture capital
	Investment
	Impact
	Dynamic
	Crowd funding
	Equity crowd funding
	Failure
	Survival
Growth	
Criteria	Performance

		Venture capital
		Investment
		Firms
		Selection
identification		Discovery
		Innovation
Corporate governance		Performance
		Entrepreneurship
		Firms
		Innovation
		Market
		Management
		Investment
Equity crowdfunding		Ownership
		Performance
		Venture capital
		Investment
		Firms
Mediating role		Success
		Dynamic capabilities

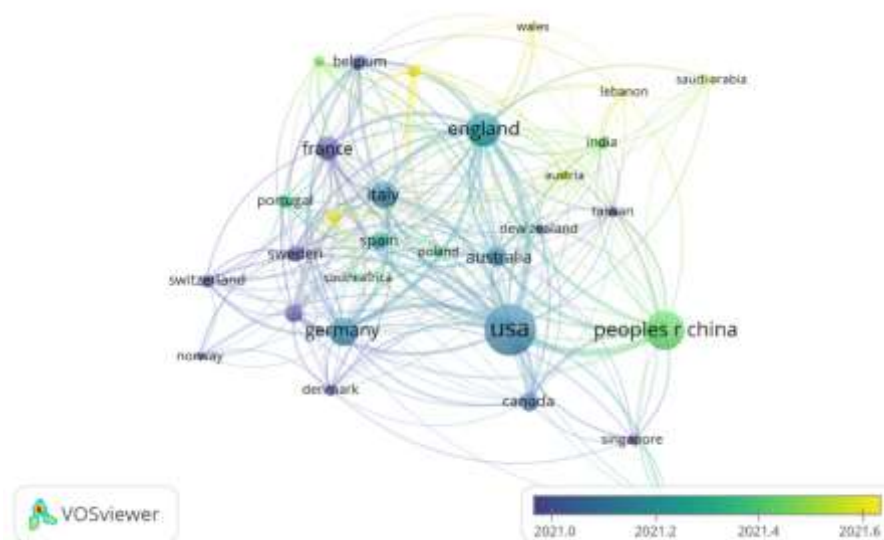
جدول ۴. عناوین مورد استناد به همراه جزئیات با معیار بیشترین لینک ارجاع شده

کلمه کلیدی	Cluster	links	Total links strength	Occurrences
Performance	2	159	2577	428
Entrepreneurship	1	157	1589	277
Innovation	1	157	1712	289
Venture capital	2	144	1812	319
Impact	2	159	1301	230
Firms	2	149	1309	209
Investment	2	138	1270	199
Growth	5	147	876	136
Networks	4	138	727	113
management	1	139	675	109

جدول ۵. تفکیک کشورها

country	documents	citations	total link strength
USA	۴۸۳	۶۱۰۳	۳۵۸
peoples r china	۲۷۱	۲۲۲۴	۱۷۸
England	۲۰۹	۳۱۲۲	۲۷۴
Germany	۱۴۵	۱۸۵۸	۱۶۰
Italy	۱۳۴	۱۶۵۲	۱۲۳
France	۱۰۶	۱۶۲۱	۱۱۹
Australia	۷۵	۹۲۵	۱۰۷
Canada	۶۸	۷۴۶	۷۲
Netherlands	۶۲	۱۰۵۰	۸۲
Spain	۵۴	۷۳۶	۵۶
Sweden	۵۱	۵۵۴	۶۴
Belgium	۳۸	۵۶۷	۷۶
Switzerland	۳۶	۴۵۲	۵۰
Portugal	۳۲	۲۸۳	۲۸
Scotland	۳۰	۳۷۵	۵۰
South Korea	۲۷	۲۲۵	۱۷
Finland	۲۶	۱۵۴	۴۲
India	۲۶	۲۰۶	۳۷
Denmark	۲۴	۲۸۳	۴۰
Ireland	۲۲	۲۵۵	۴۰
New Zealand	۲۲	۱۳۹	۲۶
Taiwan	۲۲	۳۰۱	۲۹
Singapore	۲۰	۲۰۴	۲۷
Norway	۱۶	۲۰۰	۱۷
Austria	۱۳	۱۱۰	۲۷
Poland	۱۳	۱۳۳	۱۳
South Africa	۱۱	۱۶۹	۱۸
Saudi Arabia	۱۰	۹۵	۱۴
Wales	۸	۲۳	۱۷
Lebanon	۷	۴۷	۲۱

شکل ۱. تفکیک کشورها

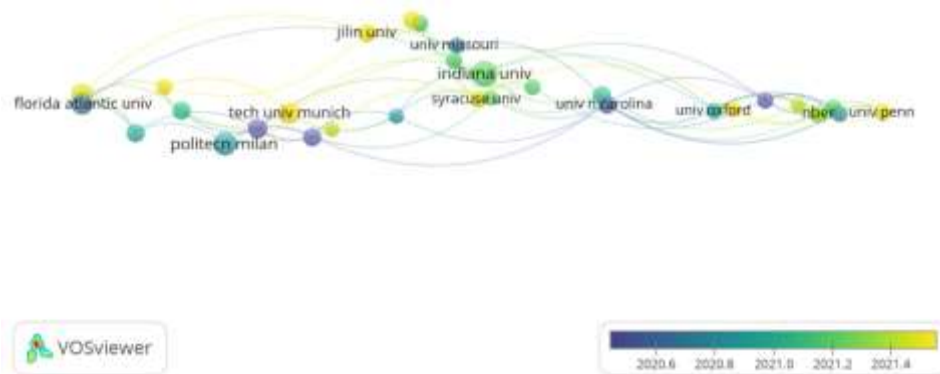


جدول ۶. تفكيك دانشگاه ها

organization	documents	citations	total link strength
harvard sch business	10	140	8
univ auckland	10	55	3
univ notre dame	10	99	7
univ texas dallas	10	72	5
natl bur econ res	11	363	11
natl univ singapore	11	91	4
stockholm sch econ	11	78	4
syracuse univ	11	198	7
univ chicago	11	244	12
univ missouri	11	100	5
stanford univ	12	253	6
texas christian univ	12	218	6
univ exeter	12	106	9
univ oxford	12	139	10
univ penn	13	103	5
zhejiang univ	13	111	4
copenhagen business sch	14	168	5
renmin univ china	14	68	3
univ n carolina	14	299	11
univ washington	14	284	4
emlyon business sch	15	252	8
jilin univ	15	138	6
nber	15	230	12
univ ghent	15	271	9
erasmus univ	16	438	6

tech univ munich	19	246	11
florida atlantic univ	20	449	14
univ birmingham	20	383	13
politecn milan	23	337	5

شکل ۲. تفکیک دانشگاه ها



یافته های حاصل از مطالعات علم سنجی حاکی از آن است که مسیرهای پژوهشی متعددی درصدد ارائه فهم و بینش در خصوص توسعه اکوسیستم کسب و کارهای استارت آپی است.

شکل ۳. بیشترین میزان توجه به واژگان با رنگ زرد و به صورت بولد نشان داده شده است، بنابراین مفاهیمی همچون عملکرد، کارآفرینی، نوآوری و سرمایه گذاری خطرپذیر دارای بیشترین توجه در این حوزه می باشند.

خوشه 4 با خطوط زرد رنگ، دارای 7 مقاله می باشد. موضوع اصلی این خوشه شبکه سازی و استفاده از پتانسیل ارتباطات به نگاهی به تحلیل چگونگی رفتار رقبا در استفاده و بهره‌برداری از شبکه‌های در دسترس است. موضوع اصلی که در مباحث مرتبط با شبکه سازی بر آن تاکید شده است.

خوشه 5: رشد و ارزیابی عملکرد

خوشه 5 با خطوطی به رنگ بنفش، 2 مقاله دارد همان طور که مشاهده می‌کنیم خوشه‌های قبلی درگیر مسائلی از قبیل مدل‌های موفقیت، یادگیری و نوآوری در تعیین معیارهای کلیدی و حیاتی انتخاب شریک و سرمایه گذار می‌باشند. در این خوشه به دو موضوع رشد از منظر چگونگی دستیابی و همچنین مقوله ارزیابی با رویکردهای تاثیرپذیری، مدیریت کارآمد و عملکردی و همچنین میزان نفوذ و پیاده سازی نوآوری در استارت آپ پرداخته شده است.

تحلیل نویسندگی

با لحاظ کردن میزان استناد های انجام شده و میزان فعالیت نویسندگان در حوزه بیان معیارهای انتخاب شریک و سرمایه گذار در کسب و کارهای نوپا، به دو خوشه با مشخصات شکل زیر رسیدیم:

شکل 5. تحلیل نویسندگی



در روش بیلیومتری، برای یکپارچگی روند های موجود در ادبیات، از سازمان دهی استفاده می شود. بنابراین تشکیلاتی که بتواند تمام را در قالب یک چارچوب سازمان دهی شده ارائه دهد، برای هر پژوهش نظام مندی واجب است (لیم، ۲۰۲۱)^{۱۷}. با توجه به نبود پژوهش های جامع در مقوله "تعیین معیارهای انتخاب شریک و سرمایه گذار در کسب و کارهای نوپا" و همچنین نبود مرور نظام مند در این حوزه، پژوهش حاضر به دنبال شناسایی عوامل مؤثر بر تعیین معیارهای انتخاب شریک، به منظور انتخاب شریک تجاری مناسب در کسب و کارهای نوپا و برای یافتن پیشامدها، تصمیم های رفتاری، نتیجه ها، بافتارها، نظریه ها، روش ها و خلأهای پژوهشی سازمان دهی شد. برای دستیابی به این هدف، با استفاده از مرور نظام مند بیلیومتری و تحلیل زوج های هم استنادی، به شناسایی زیرساخت های اصلی اقدام شد. داده های لازم از پایگاه معتبر وب آو ساینس جمع آوری و با استفاده از نرم افزار ووس ویور و پکیج بیلیومتریکس تحلیل شدند. در بخش تحلیل زوج های هم استنادی پنج خوشه به دست آمد: ۱. نوآوری و دانش با رویکرد یادگیری سازمانی ۲. اثرگذاری و تاثیرپذیری ۳. مدل های موفقیت و کراد فاندینگ ۴. شبکه سازی و تحلیل رقبا ۵. رشد و ارزیابی های عملکردی.

یکی دیگر از نوآوری های تحقیق حاضر، نگاه تکمیلی به عوامل مؤثر در فرایند انتخاب شریک تجاری در کسب و کارهای نوپا است که این نگاه جامع در مطالعات قبلی وجود نداشته است. با توجه به خلأهای پژوهشی ذکر شده، مشاهده می شود که عواملی همچون بهره برداری از تکنولوژی که می تواند کمک بسزایی در تعیین معیارهای انتخاب شریک و سرمایه گذار داشته باشد، شناسایی و پیشنهاد شده اند. بنابراین نوآوری دیگر این پژوهش، توجه به ویژگی های نسبتاً ثابت، هم ساختارهای موجود در ادبیات مانند حسن شهرت، توان مالی و رزومه مرتبط و هم ساختارهای پیشنهادی مانند نوآوری، دانش مرتبط، روابط کاربردی و معیارهای ارزیابی که در تحقیقات قبلی اشاره اندکی به آن شده است.

تضمین شریک مناسب یا سرمایه گذار مناسب برای موفقیت استارت آپ ها بسیار مهم است. فرایند انتخاب شامل بررسی دقیق عوامل مختلف، از جمله ترکیب تیم، پتانسیل بازار، دوام محصول، مدل کسب و کار و پیش بینی های مالی است. استارت آپ ها باید استراتژی هایی را برای جذب سرمایه گذاران مناسب ایجاد کنند، مانند شبکه سازی، عرضه مؤثر، استفاده از پلتفرم های آنلاین، ایجاد روابط با شرکتهای سرمایه گذاری خطرپذیر و نشان دادن پتانسیل رشد. با این حال، استارت آپ ها باید از چالش ها و ریسک های مرتبط با فرایند سرمایه گذاری نیز آگاه باشند و اقدامات لازم را برای کاهش آن ها انجام دهند. با پیمایش مؤثر در چشم انداز سرمایه گذاری، استارت آپ ها می توانند منابع لازم را برای تحقق ایده های نوآورانه خود تامین کنند.

با توجه به تمایل حرکت خوشه ها و تمرکز بر موضوعات در نقشه های خروجی ووس ویور، معیارهای غالب "حاکمیت شرکتی"، "عملکرد" و "نوآوری" به عنوان معیارهای اصلی مطابق با فرهنگ بازار و اکوسیستم در زمان حاضر معرفی می شوند. رویکرد حاکمیت شرکتی از منظر عدم دخالت در فعالیت های اجرائی و عدم اخذ قدرت انتخاب تیم مدیریتی فعلی، عملکرد از منظر روحیه دستیابی به موفقیت و همچنین تمایل فزاینده به رشد کسب و کار و در آخر دانش نوآوری از طریق افزایش فرهنگ یادگیری سازمانی در تقابل با تعاملات محیطی تعریف می شوند.

از تحلیل روند حرکت خوشه ها و مسیر حرکت کلمات کلیدی پر استناد که نشان دهنده تمایلات محققان به استفاده و تحلیل کلمات غالب و کاربردی می باشد نیز موارد زیر نتیجه گیری می شود:

پتانسیل رشد استارت آپ جزء معیارهای اصلی سرمایه گذار در انتخاب استارت آپ و محل سرمایه گذاری است، لذا تهیه و تنظیم برنامه های استراتژی شرکت با رویکرد رشد بلند مدت به منظور جذب سرمایه گذار از اهم فعالیت های تیم مدیریتی در استارت آپ ها می باشد. از این رو می توان نتیجه گرفت سرمایه گذارانی که رشد بلند مدت را به عنوان یکی از معیارهای ارزیابی ندیده اند، لذا دانش لازم جهت بررسی وضعیت و دورنمای یک کسب و کار ندارند.

استفاده از یک چک لیست، هم از سمت کسب و کار و هم از سمت سرمایه گذار با درج معیارهای هم سویی به منظور کسب موفقیت از دیگر فعالیت های اصلی طرفین در مرحله بررسی و انتخاب شریک تجاری می باشد، به نظر می رسد هر کدام بررسی

گزینه همسویی را در دستور کار خود نداشته باشند، در مسیر آینده همکاری دچار مشکلاتی خواهند شد که به اهداف بلند مدت لطمه خواهد زد.

موضوع معیار نوآوری از دو دیدگاه قابل بررسی است، استارت آپ باید ضمن ارائه محصول یا خدمت نوآورانه، فرآیندهای اجرایی کنترلی نوآورانه نیز طراحی و اجراء نماید تا به یکی دیگر از معیارهای اصلی بررسی سرمایه گذاران پاسخ مثبت دهد، از این رو تحقیق و بررسی نوآورانه بودن یک کسب و کار اگر در لیست بررسی سرمایه گذار نباشد دارای مفهومی مبنی بر نگاه بلند مدت به کسب و کار و یا عدم اطلاعات لازم و کافی می باشد. از سوی دیگر نوآوری در جاهایی برای رفع نیازهای برآورده نشده با ارائه راهکار برنامه دارد.

این پژوهش مانند همه تحقیقات با محدودیت هایی مواجه است. یکی از این محدودیت ها، انتخاب کلمات کلیدی متناسب با موضوع بر ای جست و جو بود که پژوهش های آتی می توانند با استراتژی جست و جوی متفاوت، به نتایج نوینی دست پیدا کنند، زیرا تحلیل های بیبلیومتریک مبتنی بر نتایج خروجی از بانک های اطلاعاتی علمی و متعاقباً استراتژی جست و جو و چاوش است. به علاوه، پژوهش فعلی تنها بر پایگاه داده وب آو ساینس متمرکز بود، جست و جو در پایگاه داده های دیگری همچون اسکوپوس یا استفاده از هر دو پایگاه داده پیشنهاد می شود. با توجه به اینکه این پژوهش از نرم افزار وویس ویور استفاده کرده است، می توان از سایر نرم افزارها، مانند بیبیکسل، گفی وغیره برای تصویرسازی حوزه علمی در آینده بهره برد. به محققان بعدی، استفاده از روش های کمی و آزمون با اولویت بندی داده های به دست آمده از این پژوهش پیشنهاد می شود. استفاده از موضوعات جدید با در نظر گرفتن میزان فراوانی آنها به منظور بهره برداری در پروژه هایی با رویکرد نوآوری و همچنین بهره برداری از موضوعاتی با تمایلات بیشتر محققان از نتایج کاربردی تحقیق حاضر می باشد.

منابع

- آبرامیان، راملا؛ هرندي، عطالله. (۲۰۲۳)، رتبه بندی عوامل موثر بر انتخاب شريك استراتژيك در بخش بالادستی صنعت نفت و گاز، فصلنامه مطالعات راهبردی در صنعت نفت و انرژی، ۱۵(۵۷)، ۲۰-۱.
- خارقانی، ندا. (۱۳۸۵)، نظریه کارآفرینی شومپتر. *دنیای اقتصاد*، (۲۰)، <https://sid.ir/paper/fa474303>
- رضایی، هانیه. (۱۴۰۱)، ارائه مدل شبکه نوآوری در استارت آپ های حوزه اینترنت اشیا، فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان های دفاعی، ۱۵(۱)، ۳۴-۱.
- زمان فشمی، رحیمه؛ حقیقی نسب، منیژه؛ سید امیری، نادر؛ احمدی، پری. (۱۴۰۱)، شناسایی عوامل موثر بازاریابی محتوای دیجیتال بردرگیری مصرف کننده با برند: با رویکرد بیبلیومتریک، نشریه مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران، ۱۴(۴)، ۵۷۱-۵۹۹.
- عالی پور، علیرضا. (۱۳۹۸)، مطالعه تحلیل فرآیند دگردیسی استارت آپ به اسپین آف دانشگاهی. *نشریه علمی وزارت علوم*، ۳۳(۳)، ۲۶-۱.
- عباس زاده، المیرا؛ زینال نژاد، معصومه. (۱۳۹۵)، استفاده از روش بیبلیومتریک در حوزه کنترل فرآیند آماری، اولین همایش ملی فناوری در مهندسی کاربردی باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان دانشگاه آزاد، <https://civilica.com/doc/622403>
- کفشدوز محمدی، فاطمه؛ حسینی نیا، غلامحسین؛ میگون پوری، محمدرضا؛ وظیفه دوست، حسین. (۱۴۰۰)، طراحی مدل مفهومی اکوسیستم کسب و کارهای استارت آپی حمل و نقل هوشمند، *مجله مدیریت توسعه تحول*، ۱۳(۴۵)، ۳۹-۵۲.
- مهدیان، یاسمین؛ عالیخانی، علی؛ نیکقدم، ساناز. (۱۳۹۶)، شناسایی و رتبه بندی عوامل تاثیرگذار بر موفقیت استارت آپ ها، *کنفرانس ملی پژوهش های نوین در مدیریت و حسابداری با رویکرد نوآوری های تحقیقاتی*.
- محمدی میمند، محمد؛ صفایی، مجید. (۱۳۹۷)، انتخاب شرکای تجاری در سرمایه گذاری مشترک بین المللی در صنعت خودرو سازی ایران، *نشریه چشم انداز مدیریت بازرگانی*، ۶۷(۳۴)، ۱۱۱-۱۲۹.
- محمدی، علی؛ حسین زاده، مهناز؛ باقرزاده آذر، محمد. (۱۳۹۰)، ارائه مدل تلفیقی تحلیل سلسله مراتبی فازی تحلیل رابطه ای خاکستری و برنامه ریزی چند هدفه به منظور انتخاب شريك تجاری، *نشریه چشم انداز مدیریت صنعتی*، ۱(۱)، ۱۷-۳۷.

- وارث، سیدحامد؛ کارگر شورکی، احمد؛ توحیدی فر، معین. (۱۴۰۲)، بررسی و مدل سازی شاخص‌های کلیدی موفقیت اکوسیستم استارت آپ‌ها به کمک مدل سازی ساختاری تفسیری (IMS)، پنجمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت.
- Altinay,L.,Brookes, M.,Aktas,G.(2013). Selecting franchise partners: Tourism franchisee approaches, processes and criteria,*tourism management* ,volume37,176-185
 - Albahsh, R., & Al-Anaswah, M. F. (2023). Bibliometric analysis of corporate governance: Past, present, and future research agenda. *Corporate Ownership & Control*, 20(3), 146–168. <https://doi.org/10.22495/cocv20i3art10>
 - Fu, C., & Xue, M., (2019)• Selecting strategic partner for tax information systems based on weight learning with belief structures, *international journal of approximate reasoning*, volume105, 66-84
 - Duhoon, A.,singh, M. (2024). corporate governance in family firms: abibliometric analysis,*imib journal of innovation and managemet*, (2)1,133-154
 - Godongwana, M.,myburgh, N.,A.Adedini,S.,cutland,C.,& radebe,N. (2021). Knowledge and attitudes towards maternal immunization:perspectives from pregnant and non-pregnant mothers, their partners, mothers, healthcare providers, community and leaders in a selected urban setting in South Africa , *science direct*, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e05926>, volume7, issue 1
 - Holmberg, S R.,& cumming J L.(2009). Building Successful Strategic Alliances: Strategic Process and Analytical Tool for Selecting Partner Industries and Firms,*long range planning*,volume42, 164-193
 - Raghuvanshi, J., dhirendra, S.,& rinki D.(2022). Parameters for selecting the partners in locally owned renewable energy small-scale project for achieving energy security in Atlantic Canad, *Energy for Sustainable Development*•volume 8• 512-524
 - ariffin, M., suhaimi, M., hasalinah, M., mazlan, H., samad, A.,& Rahimi, A.(2023). bibliometric analysis of government venture capital, *journal of information technology management*,(63), 166-188.
 - dadoud, O.,& nejla, E.(2022). bibliometric analysis on corporate governance topics published in *the journal of corporate governance*.(1)23,262-286.
 - Panatouvokis.,& A syntyohaki,A. (2022). Selecting the right partners to maximize value for shipping companies: An exploratory study,*research in transportationbusiness&management*, <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2021.100697>
 - Zhongmin, P., zeshui, X., xinxin, W.,& marinko, S. (2022). a systematic review of the literature and bibliometric analysis of governance of family firms,*journal of business economics and management*,volume23.issue6.1398-1424
 - Radfar,M., zommorodian, G., minoiee,M.,& hanifi,F.(2019). designing native decision-making model for selecting venture capital investment in emerging companies,*advances in mathematical finance&applications university of arak*,4(2), 75-88
 - Shaikh, M.,& levina, N. (2019). Selecting an open innovation community as an alliance partner: Looking for healthy communities and ecosystems,*research policy*, <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.011>,volume48,issue 8