

چیستی و چرایی شتاب‌دهنده

موج تبلیغاتی جدیدی که در سال‌های گذشته پیرامون موضوع‌های «استارت‌آپ» و «سرمایه‌گذاری» به راه افتاده است، سبب پیدایش نقش آفرینان جدیدی در این عرصه شده است. گروهی از این نقش آفرینان که توجهات را به خود جلب کرده اند، «شتاب‌دهنده‌ها» هستند؛ اما بررسی‌های موشکافانه‌ای پیرامونشان صورت نگرفته است. علاوه بر این، شتاب‌دهنده معمولاً با دیگر حمایت‌کنندگان مرحله‌ی اولیه‌ی استارت‌آپ‌ها از قبیل: انکوباتور، انجل، VC و ... اشتباه گرفته می‌شود.

در یک ارزیابی که اخیراً توسط «Brookings Institution» صورت گرفته است، موارد گیج‌کننده‌ی پیرامون شتاب‌دهنده‌ها، با ارائه‌ی تصویری بسیار واضح‌تر، از آن‌چه که انجام می‌دهند، کاهش پیدا کرده و نیز، تفاوت آن‌ها با دیگر حامیان مراحل اولیه‌ی استارت‌آپ نیز مشخص شده است. همچنین، بررسی دقیقی در مورد اثربخشی شتاب‌دهنده‌ها برای دستیابی به اهداف تعیین شده و برخی از بهترین شیوه‌ها برای برنامه‌های شتاب‌دهنده‌ها صورت خواهد گرفت.

شتاب‌دهنده‌ها در جامعه‌ی استارت‌آپی نقشی فزاینده را ایفا می‌کنند. شواهد اولیه نشان می‌دهد که پتانسیل قابل‌توجهی در شتاب‌دهنده‌ها برای بهبود نتایج ابتدایی استارت‌آپ‌ها وجود دارد و این مزیت، سبب نفوذ گسترده‌تر شتاب‌دهنده‌ها در جامعه‌ی استارت‌آپی شده است. با این حال، شتاب‌دهنده‌ها با برنامه‌های متنوع و گسترده‌ی خود، تأثیری قابل اندازه‌گیری بر اکوسیستم دارند. هرچند این تأثیرات، در شتاب‌دهنده‌های مختلف با یکدیگر تفاوت دارد. کیفیت کار حائز اهمیت است.

شتاب‌دهنده چیست؟

شتاب‌دهنده‌ها در مراحل اولیه، از کمپانی‌های در حال رشد با ارائه‌ی دوره‌های آموزشی، منتورینگ و تسهیلات مالی حمایت می‌کنند. استارت‌آپ‌ها برای یک بازه‌ی زمانی مشخص و به عنوان گروهی از شرکت‌ها، وارد شتاب‌دهنده‌ها می‌شوند. بستر و تجربه‌ی شتاب‌دهنده، فرآیند آموزش فشرده، سریع و همه‌جانبه است که هدف آن، تسریع چرخه‌ی زندگی شرکت‌های جوان و نوآور و فشرده کردن سال‌ها «ارزش آموزش در کار» تنها در چند ماه است.

سوزان کوهن از دانشگاه ریچموند و بیل هوچبرگ از دانشگاه رایس، ۴ عامل که شتاب‌دهنده‌ها را منحصر به فرد می‌کند، برجسته می‌کنند:

- آن‌ها دوره‌ای ثابت دارند (fixed-term).
- فعالیتشان بر پایه‌ی همکاری و کار گروهی است (cohort-based).
- هدایتی بر مبنای منتورینگ و آموزش دارند (mentorship-driven).
- در روزی تحت عنوان «DemoDay» استارت‌آپ‌ها از آن‌ها خارج شده و به سرمایه‌گذاران معرفی می‌شوند.

هیچ یک از دیگر تسهیلات گران مرحله‌ی اولیه مانند انکوباتورها، انجل‌ها و ... مجموعه‌ی این ۴ عنصر را با هم، در اختیار ندارند. ممکن است اشتراکاتی بین اهداف و عملکردهای شتاب‌دهنده و دیگر تسهیلات گران مرحله‌ی اولیه وجود داشته باشد؛ اما مشخصاً آن‌ها در مدل کسب و کار و ساختارهای تحریک‌کننده با هم تفاوت دارند.

مقایسه‌ی ۴ موسسه‌ی تسهیل‌ده مرحله‌ی اولیه‌ی استارت‌آپ‌ها

با این حال، این مولفه‌ها هم‌چنان گیج‌کننده هستند. بنا بر واقعیت، از نزدیک ۷۰۰ سازمان آمریکایی که با عنوان «شتاب‌دهنده» یا «شتاب‌دهنده/انکوباتور» یا مشابه آن‌ها شناخته شده‌اند، این ۴ معیار، تنها در کمتر از یک سوم آن‌ها هم‌زمان قابل مشاهده است. به بیان دیگر، بر اساس این معیارها، دو مورد از هر سه مورد شتاب‌دهنده، در واقع شتاب‌دهنده نیستند.

چرا شتاب‌دهنده؟

چیزی که مشخص است این است که شتاب‌دهنده‌ها در سال‌های اخیر جای پای خود را محکم کرده و تاثیرات خود را بر اکوسیستم به نمایش گذاشته‌اند؛ اما سوال این جاست که چرا استارت‌آپ‌ها می‌خواهند به هر راه ممکن، به یک شتاب‌دهنده متصل شوند؟

برد فلد، یکی از موسسین «TechStars»، تجربه‌ی شتاب‌دهنده را به یک آموزش غریزی تشبیه کرد. جایی که دوره‌ای شدید و متمرکز و فرصتی برای یادگیری سریع را برای بنیان‌گذاران شرکت فراهم می‌آورد.

یادگیری به وسیله کار، یک مولفه‌ی حیاتی برای فرآیندهای پر ریسک همچون سرمایه‌گذاری به شمار می‌رود. بنابراین شتاب‌دهنده‌ها ارزش سال‌ها یادگیری را در یک دوره‌ی چند ماهه خلاصه می‌کنند.

صحبت‌های برد فلد، محسوس به نظر می‌آید؛ اما گواه و سند این نظریه چیست؟ ۴ موضوع، به درک ما پیرامون این مطلب کمک می‌کند:

- هنگامی که دو گروه که یکی از آن‌ها در برنامه‌ی شتاب‌دهی شرکت داشته و دیگری نداشته است را با یکدیگر مقایسه می‌کنیم، درمی‌یابیم که گروهی که از برنامه‌ی شتاب‌دهی فارغ‌التحصیل شده‌اند، در رسیدن به نقاط کلیدی کسب و کار خود، شتاب بیشتری داشتند مانند: زمان پیوستن به VCها، خروج از طریق مالکیت غیر، بدست آوردن کشش مشتری و ... با این حال، این اثرات مثبت ممکن است در برنامه‌ی شتاب‌دهی بسیاری از شتاب‌دهنده‌ها دیده نشود؛ چراکه به نظر می‌رسد خیلی از این برنامه‌ها، به توسعه‌ی استارت‌آپ کمک نمی‌کند و در بعضی موارد حتی می‌تواند سرعت حرکت را کاهش دهد.
- با مقایسه‌ی بین تیم‌هایی که تحت حمایت شتاب‌دهنده قرار می‌گیرند و تیم‌هایی که تحت حمایت دیگر تسهیل‌گران مرحله‌ی اولیه مانند انجل‌ها قرار می‌گیرند، درمی‌یابیم که فارغ‌التحصیلان دوره‌ی شتاب‌دهی یک شتاب‌دهنده، به مراتب سریع‌تر به دوره‌ی بعدی سرمایه‌گذاری خود دست پیدا می‌کنند.
- تحقیقات نشان می‌دهند که یکی از مهم‌ترین کانال‌هایی که شتاب‌دهنده‌ها به وسیله‌ی آن به توسعه‌ی سرمایه‌گذاری‌ها کمک می‌کنند، مطالعه در تجربه‌ی شتاب‌دهنده است. به بیان دیگر، ارزش واقعی شتاب‌دهنده‌ها از محیط آموزش فشرده‌ی خود پدیدار می‌شود.
- شتاب‌دهنده‌ها تاثیر مثبت و مستقیم بر اکوسیستم کارآفرینی منطقه‌ای دارند، خصوصاً بخاطر محیط مالی‌ای که پیرامون خود ایجاد می‌کنند. حوزه‌های متروپولیتن که در آن یک شتاب‌دهنده ایجاد می‌شود، فعالیت‌های مالی بیشتری را در حوزه‌های بذرمايه و دیگر سطوح سرمایه‌گذاری و کارآفرینی سازمان‌دهی می‌کنند که ظاهراً این فعالیت‌ها تنها به خودشان محدود نمی‌شود.

به اختصار، شتاب‌دهنده‌ها می‌توانند تاثیر مثبتی بر عملکرد استارت‌آپی که با آن‌ها کار می‌کند، داشته باشد؛ حتی به مراتب بیشتر از دیگر تسهیل‌گران اولیه؛ اما این یافته‌ها، بر همه‌ی شتاب‌دهنده‌های جهانی صدق نمی‌کنند و برنامه‌های پیشروی زیادی دیده شده است که منزوی شده‌اند. شواهد اولیه حاکی از این است که شتاب‌دهنده‌ها ممکن است تاثیر مثبتی بر یک جامعه در جذب بذرمايه و دیگر تسهیلات اولیه داشته باشند و نیز سودی بیش از پیش را در اختیار حوزه‌ی وسیعی از اقتصاد قرار دهند.

با توجه به رشد شتاب‌دهنده‌ها در سال‌های اخیر، شرایط پیش رو دل‌گرم‌کننده است. شواهد حاکی از این است که شتاب‌دهنده‌ها، تاثیر مثبت زیادی بر اکوسیستم استارت‌آپی در سرتاسر جهان گذاشته اند.

