

## Research Paper

### Examining the Nature and Position of Startups in Line with Regional Planning and Sustainable Development

Mohammad Jani Spley<sup>1</sup>, Vahid Ghasemi Ahd<sup>\*2</sup>, Seyed Vahid Lajvardi<sup>3</sup>

1. PhD student, Department of Law, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran.
2. Assistant Professor, Department of Law, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran.
3. Assistant Professor, Department of Law, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran

#### ARTICLE INFO

PP: 506-519

Use your device to scan and  
read the article online



**Keywords:** *Start-Up, Ideation, Company, Stock*

#### Abstract

Start-up or the Persian equivalent of Shatab event is an event that is held in order to launch start-up companies. According to experts, a start-up is a start-up company that offers a new solution to a problem; While there is no guarantee for the success of the company through the solution provided. Some also consider the start-up as a new culture for new ideas and creativity over the existing ideas, which aims to solve the problems in the key points that are the Achilles' heel. The available solutions are known. A start-up can be considered a newly established company based on a license to exploit one or more technologies by people outside a research institute or academic institution, which attracts other necessary resources, including company management, through other routes. From the legal perspective of start-up companies According to the fact that in technology and technology issues, their registration, formation and activity are considered commercial, they can be formed in the form of any commercial company subject to the commercial law, and for this reason, the registration of start-up companies is based on the necessary rules and conditions and It is possible to register start-up or fledgling companies in the form of joint-stock, joint-stock, joint-stock and special, mixed-stock and non-stock companies; But considering that start-up companies can be formed by attracting capital or high investments; As a result, start-up companies are usually registered in the form of joint stock companies, both private and public.

**Citation:** Jani Spley, M., Ghasemi Ahd, V., Lajvardi, V. 2024). **Examining the Nature and Position of Startups in Line with Regional Planning and Sustainable Development.** Geography (Regional Planning), 13(50), 506-519

**DOI:** 10.22034/jgeoq.2023.145390.1570

\* **Corresponding Author:** Vahid Ghasemi Ahd, **Email:** V.Ghasemi@Gmail.Com

Copyright © 2024 The Authors. Published by Qeshm Institute. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

## Extended Abstract

### Introduction

Start-up or the Persian equivalent of that Shatab event is an event that is held to launch start-up companies, and start-up specialists are a start-up company that offers a new solution to a problem; While there is no guarantee for the success of the company through the provided solution. Some consider startup as a new culture for new ideas and creativity over existing ideas, the purpose of which is to solve problems in key points that are known as the Achilles heel of existing solutions. From the legal point of view, start-up companies, considering that their formation and activity are considered commercial in terms of technology and technology registration, they can be formed in the form of any of the commercial companies subject to the commercial law, and for this reason, the registration of start-up companies is based on The necessary and special terms and conditions of each of the forms of commercial companies (joint, joint, joint stock and special, mixed stock and non-stock) are possible.

Today, intellectual property rights are considered one of the main topics of modern economic policies and an important and essential tool for economic growth and the most valuable capital in business transactions. Strong and effective protection of intellectual property rights, considering the priority of these assets over material goods, in many cases, in addition to motivating and encouraging the innovative activity of innovators, inventors and research institutions, is a very important factor that enables the transfer of technology as well as attracting Foreign investment is in important economic sectors. Since awareness of the rights of startups reduces legal problems and makes the goal path of startup owners smoother, this research has analyzed and investigated this issue.

### Methodology

This research was done with a descriptive-analytical approach. The method of collecting

information is library study and then analyzing and reviewing the desired literature. Therefore, by defining the startup and presenting its characteristics such as short life, fast growth, high creativity and initiative, and independence, it describes the startup cycle in three stages of idea cultivation, idea creation, and creation of division. Also, by describing the types of startups and the elements and persons related to them, he evaluates various parameters and tries to provide a clear understanding of the business and the legal status and risks corresponding to it.

### Results and Conclusion

Startups are one of the most effective factors of economic progress in developed countries. The ability of these companies to solve problems and respond to society's needs in various economic fields and their significant job creation has caused the tendency of societies to support these types of businesses. Startups in sectors such as transportation, services and hospitality can play an important role in increasing the rate of economic growth. There are common legal problems in all stages of startups, including launch, promotion, development, and investment, and issues such as company registration, patent, contract regulation, share issuance, etc. are among the legal issues that can cause problems for startup owners. Iran still does not have specific laws in this field and the government has left the hands of startup activists open, that is, they cannot enter until the law is violated and a complaint is filed. Of course, the leaders of the accelerators are happy with this open space and believe that if the new start-up laws are approved with the opinion and advice of elders and industry activists, their effectiveness will be improved and there will be less cases for revision in the future.

### References

1. Blank, Steve (2012). *Startup Owner Manual*, California: K & s Publishers
2. D.LLester, J. A Parnell, W.Crandall, M.Menefee (2008), "Organizational life cycle and performance among SMEs: Generic strategies for high and low performers", *International Journal of commerce and Management* Vol.18, No.4
3. Etamadi Nasab, Elham; Farhani, Ali Akbar; Mozafari, Afsana (1400), study of the impact of modern communication media on

- entrepreneurship skills and national development with an emphasis on the role of start-ups, Iranian Journal of Social Development Studies, No. 1 [In Persian].
4. Fatemi Sadr, Mojtabi (2017), the place of start-up companies in Iranian law, Master's thesis, University of Judicial Sciences and Administrative Services [In Persian].
  5. Kozmetsky, George, Michael D. Gill Jr. (2012), Raymond W. Smilor. "Financing and Managing Fast-Growth Companies", Lexington: Lexington Books
  6. McKelvie, A, Haynie, J. M., & Gustavsson, V (2011). "Unpacking the uncertainty construct: Implications for entrepreneurial action" Journal of Business Venturing, quoted from Schmitt, Antje; Rosing
  7. Mohammadzadeh Roshti, Ziba; Tahmasabi Limoni, Safiya; Corresponding author: Ghezzi, Mitra (2019), evaluation of researches in the field of knowledge management in start-ups with a meta-analysis approach, Journal of Scientific Research, No. 12 [In Persian].
  8. Ofec, Eli (2003). Dotcom Mania: The Rise and Fall of Internet Stock Prices, Volume 58, Issue 3
  9. Omid, Hassan (1375), Farhang Omid, Tehran: Amirkabir
  10. Parnell, J (2002), "The role of effective resource utilization in strategy's impact on performance", International Journal of Commerce and Management. Vol 13
  11. Qicheng, Yan (2017), "Jack Ma & Alibaba: A Business and Life Biography", London: LID Publishing
  12. Ries, Eric (2011), The Lean Startup. New York: crown business publications
  13. Sadeghi, Mohsen (1389), a comparative study of determining competent authorities to deal with claims of violation of trade secrets in the digital space, Commercial Research Quarterly, No. 55 [In Persian].
  14. Schendel, Dan. Hofer, Charles (2015). Strategic Management: A New View of Business Policy and Planning. Boston: Little Brown & Company.
  15. Taban, Seyyed Mohammad Reza (1400), legal/political challenges of start-ups in business environment in Iran, Tehran: Second National Conference on New Management and New Businesses [In Persian].
  16. Zott, C (2011). Value creation in e-business. Strategic Management Journal, VOL 22



انجمن ژئوپلیتیک ایران

## فصلنامه جغرافیا (برنامه ریزی منطقه ای)

دوره ۱۳، شماره ۵۰، بهار ۱۴۰۲

شاپا چاپی: ۶۴۶۲-۲۲۲۸ شاپا الکترونیکی: ۲۱۱۲-۲۷۸۳

Journal Homepage: <https://www.jgeoqeshm.ir/>



### مقاله پژوهشی

## بررسی ماهیت و جایگاه استارت‌آپ‌ها در راستای برنامه‌ریزی منطقه‌ای و توسعه پایدار

محمد جانی اسپلی - دانشجوی دکترای گروه حقوق، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران

وحید قاسمی عهد\* - استادیار گروه حقوق، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران

سید وحید لاجوردی - استادیار گروه حقوق، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>استارت آپ یا معادل فارسی آن رویداد شتاب، رویدادی است که به منظور راه اندازی شرکت‌ها و کمپانی‌های نوپا برگزار می‌شود. بنا به تعریف متخصصان استارت آپ یک کمپانی نوپا است که راه‌حلی نوین را برای یک مساله ارایه میکند؛ در حالی که تضمینی برای موفقیت کمپانی از طریق راه حل ارایه شده وجود ندارد. برخی نیز استارت آپ را فرهنگ نوینی برای اندیشه‌های نو و خلاقیت بفرز از لیده‌های موجود میدانند که هدف از آن برطرف کردن مشکلات موجود در نقاط کلیدی است که به عنوان پاشنه‌ی آشیل راه حل‌های موجود شناخته می‌شوند. یک استارت آپ را میتوان شرکتی تازه تاسیس مبتنی بر مجوز بهره‌برداری از یک یا چند فناوری توسط افراد خارج از یک موسسه تحقیقاتی یا نهاد دانشگاهی دانست که سایر منابع لازم و از جمله مدیریت شرکت را از طریق مس‌یرهای دیگر جذب مینماید. از منظر حقوقی شرکتهای استارت آپ با توجه به اینکه در موضوعات فناوری و تکنولوژی ثبت، تشکیل و فعالیت آنها تجارتي محسوب می‌شوند، می‌توانند در قالب هر یک از شرکتهای تجارتي موضوع قانون تجارتي تشکیل شوند و به همین جهت ثبت شرکتهای استارت آپ بر اساس احکام و شرایط لازم و خاص هر یک از قالبهای شرکتهای تجارتي امکان پذیر می‌گردد. ثبت شرکتهای استارت آپ یا نوپا در قالب و شکل شرکتهای تضامنی، نسبی، سهامی عام و خاص، مختلط سهامی و غیر سهامی امکان پذیر می‌باشد؛ ولی با توجه به اینکه شرکتهای استارت آپ می‌توانند با جذب سرمایه و یا سرمایه گذاری‌های بالا تشکیل شوند؛ در نتیجه معمولاً در قالب شرکتهای سهامی اعم از خاص و عام، ثبت شرکتهای استارت آپ انجام می‌شود.</p>	<p>شماره صفحات: ۵۱۹-۵۰۶</p>
	<p>از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید</p>
	<p>واژه‌های کلیدی:</p>
	<p>استارت آپ، ایده پردازی، شرکت، سهامی</p>

**استناد:** جانی اسپلی، محمد؛ قاسمی عهد، وحید؛ لاجوردی، وحید (۱۴۰۲). بررسی ماهیت و جایگاه استارت‌آپ‌ها در راستای

برنامه‌ریزی منطقه‌ای و توسعه پایدار. فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۱۳(۵۰). صص: ۵۱۹-۵۰۶

DOI: 10.22034/jgeoq.2023.145390.1570

## مقدمه

سرمایه گذاری در استارت‌آپ‌ها مستلزم ارزیابی عملکرد متقاضی در برابر پارامترهای مختلف است. در کنار ارزیابی تجاری و مالی کسب و کار، یکی دیگر از مراحل مهم برای تصمیم‌گیری نهایی سرمایه‌گذاری، تایید قانونی است. در این مرحله مشاوران حقوقی سرمایه‌گذار را بررسی می‌کنند و سعی می‌کنند درک روشنی از کسب و کار ارائه دهند. در نهایت، یک سرمایه‌گذار می‌تواند با اطلاع از آخرین وضعیت حقوقی یک استارت‌آپ و ریسک‌هایی که در آن فعالیت می‌کند و با مطالعه روبه قضایی تصمیم بگیرد.

بنابراین، همان‌گونه که هم‌بنیانگذاران باید اسناد تجاری و مالی مانند طرح تجاری و طرح مالی را برای ارائه کسب و کار خود به سرمایه‌گذاران تهیه کنند، باید برای توضیح وضعیت حقوقی استارت‌آپ نیز آماده باشند. البته کمیت و کیفیت تأییدیه‌های قانونی تابعی از مرحله توسعه استارت‌آپ است و برای استارت‌آپ‌هایی که هنوز در مراحل اولیه توسعه هستند، کنترل‌های قانونی استاندارد زیادی قبل از سرمایه‌گذاری وجود دارد. مانند سوابق حقوقی متقاضی؛ اما در هر صورت بررسی حقوقی استارت‌آپ‌ها در سطوح مختلف یکی از شروط تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری است.

از سوی دیگر، با رشد روزافزون شرکت‌های نوپا، نیاز به دستورالعمل‌های جدید استارت‌آپ‌ها بیش از هر زمان دیگری مطرح می‌شود. برخی از کارشناسان این حوزه معتقدند زیرساخت‌های قانونی کافی است و نیازی به قانون‌گذاری اضافی نیست، اما فعالان این حوزه مواردی را یافته‌اند که لازم است قانون جدیدی ارائه شود. برخی از فعالان بر این باورند که چارچوب قانون‌گذاری دارای ضعف‌های اساسی است و از وجود قوانین مستقلی که بهترین مسیر را تعریف می‌کند سودی نمی‌برد. اگر بخواهیم کار استارت‌آپ‌های ایران و سایر کشورها را با هم مقایسه کنیم، می‌توانیم کشورهای پیشرو در این زمینه را آسیای جنوب شرقی، آمریکا (سیلیکون ولی) و آلمان نشان دهیم. ایران هنوز قوانین خاصی در این زمینه ندارد و دولت دست فعالان استارت‌آپی را باز گذاشته است، یعنی تا زمانی که قانون نقض نشود و شکایت نشود، نمی‌توانند وارد شوند. البته رهبران شتابدهنده‌ها از این فضای باز خوشحال هستند و معتقدند در صورت تصویب قوانین جدید استارت‌آپی با نظر و توصیه بزرگان و فعالان صنعت، اثربخشی آنها بهبود می‌یابد و در ادامه کمتر موردی برای تجدید نظر پیدا خواهد شد.

در کشورهای اروپایی و آمریکا که بیش از یک قرن سابقه در حقوق استارت‌آپ‌ها دارند، تحقیقات و مقالات بسیاری در زمینه حقوق استارت‌آپ‌ها، محافظت از مالکیت معنوی، معافیت‌های مالیاتی، ورشکستگی، سرمایه‌گذاری، حمایت قانونی از استارت‌آپ‌ها (بطور مثال راهنمای حقوقی بنیانگذار استارت‌آپ در ایالات متحده نوشته مارس اوگنی کراسنف و رومن بوزکو) صورت پذیرفته ولیکن سابقه این نوع از کسب و کار در کشور ما در مقایسه با سایر کشورهای پیشرو در این زمینه بسیار محدود می‌باشد و به همین لحاظ به قوانین موجود بسندیده گردیده است.

امروزه حقوق مالکیت فکری یکی از موضوعات اصلی سیاست‌های اقتصادی مدرن و ابزار مهم و اساسی رشد اقتصادی و با ارزش‌ترین سرمایه در معاملات تجاری تلقی می‌شود. حمایت قوی و مؤثر از حقوق مالکیت فکری با توجه به اولویت این دارایی‌ها بر کالاهای مادی، در بسیاری از موارد علاوه بر ایجاد انگیزه و تشویق به فعالیت نوآورانه مبتکران، مخترعان و مؤسسات تحقیقاتی، عامل بسیار مهمی است که امکان انتقال فناوری و همچنین جذب سرمایه‌گذاری خارجی در بخش‌های مهم اقتصادی است.

## مبانی نظری

### تعریف استارت‌آپ

در لغت‌نامه میریم وبستر، استارت‌آپ به معنای عمل یا وهله قرار گرفتن در عملیات یا حرکتی هست. این معنای سنتی این واژه است، که به قرن نوزدهم برمی‌گردد، زمانی که استارت‌آپ‌ها به معنای امروزی مطرح نبودند. در معنای دوم این عبارت گفته شده است: بنگاه تجاری نوپا. تعریفی که با توجه به شکل‌گیری و توسعه این نوع فعالیت‌های تجاری در دهه‌های اخیر وارد لغت‌نامه شده است. تعریف لغت‌نامه کمبریج از استارت‌آپ کسب‌وکار کوچکی که به‌تازگی تأسیس شده است و کسب‌وکاری جدید یا

فعالیت‌های مرتبط با شروع یک کسب‌وکار جدید هست. برخی استارت‌آپ را مرحله‌ای از توسعه می‌دانند که در آن تصمیمات راهبردی برای تأسیس شرکت اتخاذ می‌شود؛ شرکتی که در صنعتی خاص با استراتژی رقابتی خاصی قرار می‌گیرد. (Schendel, 2015:317)

در تعریفی دیگر استارت‌آپ کسب و کاری با نرخ رشد سریع است که در حال تأسیس یا در سال اول خود می‌باشد. در این وهله از حیات شرکت محصولات و خدمات شرکت در حال توسعه هستند، تیم مدیریت مشخص و تحقیقات بازاریابی انجام و مدل کسب و کار تهیه شده است. (Kozmetsky, 2012:9) در این تعریف شرکتی که به مرحله سودآوری برسد دیگر استارت‌آپ محسوب نمی‌شود. تعاریف یاد شده نگاهی مضیق به استارت‌آپ دارند و به همین دلیل بعضی از پژوهشگران با رد این تعاریف بیان می‌کنند که بنیان‌گذاران معمولاً تا دو سال اول برای تأمین مالی جدی خارج از استارت‌آپ اقدام نخواهند کرد و تعاریف پژوهشگران سابق تنها مراحل ابتدایی استارت‌آپ را در نظر گرفته‌اند. همچنین استارت‌آپ ممکن است از بدو تأسیس کالا و خدمات ارائه دهد و به تبع آن سودآوری داشته باشد امری که بنا بر تعریف قبلی موجب خواهد شد که مفهوم استارت‌آپ بر آن کسب و کار قابل اعمال نباشد.

برخی استارت‌آپ را یک نهاد انسانی می‌دانند. نهادی که هدف آن خلق یک محصول یا خدمتی جدید است. (Ries, 2011:37)

برخلاف سایر کسب و کارها فعالیت این نهاد انسانی در شرایطی بسیار مبهم صورت می‌گیرد. شرایطی که پیش بینی موفقیت و شکست در آن دشوار و پیچیده است. در این تعریف صرف خلق یک محصول یا خدمت جدید تحت شرایط بسیار مبهم برای اینکه یک شرکت استارت آپ تلقی شود کافی است و عواملی مانند سرمایه، زمینه فعالیت و ... در تعیین این امر که یک کسب‌وکار استارت آپ هست یا خیر، دخیل نیستند. مهم‌ترین قسمت در این مفهوم ارائه شده برای استارت آپ «نهاد انسانی» است. استارت آپ‌های موفق مملو از فعالیت‌هایی هستند که مرتبط با ساخت یک نهاد هست. شروع به کار و دلیل موفقیت استارت‌آپ بر محور نهاد انسانی تکیه دارد.

بنیان‌گذاران استارت‌آپ را تأسیس می‌کنند و در طول فعالیت افرادی نوآور و خلاق، به عنوان شریک یا کارمند جذب استارت‌آپ می‌شوند و با ایجاد یک فرهنگ شرکتی ویژه بین این فعالیت این افراد هماهنگی ایجاد می‌شود. (Ries, 2011:37)

مرکز و قلب استارت آپ‌ها در این تعریف، خلاقیت و نوآوری نهاد انسانی است که موجب می‌شود کالاها و خدماتی که سابقاً در بازار نبوده، خلق شود یا که به شیوه ای خلاق و نوین باز ارائه شوند. مورد دیگری که موجب تمایز استارت آپ‌ها از سایر شرکت‌ها می‌شود «شرایط بسیار مبهم» هست. بسیاری از کسب‌وکارها به تقلید از نمونه‌های موفق ایجاد می‌شوند. استفاده از شیوه کسب‌وکار آزموده شده و روش‌هایی که موفقیت خود را اثبات کرده‌اند امن‌تر و آسان‌تر هست و از طرفی دیگر موفقیتی که این شیوه به دنبال دارد به دلیل وجود جایگزین‌ها و رقابت بالا، عظیم نخواهد بود. این ابهام و عدم قطعیت به دلیل نوآوری‌های فناورانه است که مرتباً سطح تقاضای خدمات و کالای ناشی از آن در حال نوسان است. (McKelvie, 2011:61)

شرایط بسیار مبهم همان دلیلی است که موجب می‌شود اکثر استارت آپ‌ها با شکست مواجه شوند و از طرفی دیگر همان دلیلی است که موجب می‌شود استارت آپ‌هایی که بتوانند بر این شرایط فائق آیند به موفقیتی بزرگ دست پیدا کنند. معمولاً استارت آپ‌ها نمونه کوچکی از شرکت‌های بزرگ در نظر گرفته می‌شوند. شرکت‌های کوچکی که پتانسیل این را دارند که در آینده تبدیل به شرکت‌های بزرگ با سرمایه کلان، نیروهای انسانی با استعداد و قدرت تاثیرگذاری بالا شوند. در نظریه مدل کسب‌وکار که برای تعریف مفهوم استارت‌آپ ارائه شده است این نظر رد می‌شود. در این نظریه استارت‌آپ یک نهاد موقت محسوب می‌شود که هدف آن دست یافتن به مدل کسب و کاری مقیاس پذیر، قابل تکرار و سودآور است. (Blank, 2012:189)

در این نظریه استارت آپ پس از طی یک مرحله انتقال در صورت انجام دادن صحیح امور تبدیل به یک شرکت می‌شود. مهم‌ترین قسمت این تعریف عبارت «مدل کسب‌وکار مقیاس‌پذیر» است. استارت‌آپ با ایده‌ای خلاقانه تأسیس می‌شوند و برای دستیابی به موفقیت بالا تلاش می‌کنند. برای دسترسی به این موفقیت استارت‌آپ باید مدل کسب و کاری مقیاس پذیر طراحی کند. این مدل کسب و کار اساس و لازمه دریافت سرمایه است.

همان‌طور که در تعریف‌ها دیده می‌شود، استارت آپ لزوماً یک شرکت نیست. بعضاً از آن به‌عنوان نهادی انسانی و یا نهاد موقت یاد شده است. نهادی که ممکن است با تحقق شرایطی به یک شرکت تبدیل شود. واقعیت نیز به دور از این تعریف‌های نظری نیست. بسیاری از افرادی که به دنبال تأسیس یک استارت آپ هستند صرفاً با یک ایده شروع به کار می‌کنند. آن‌ها با تعاریف استارت آپ‌ها، قوانین و مقررات، موضوعات حوزه بازرگانی و مدیریت و ... آشنایی ندارند. چند دوست یا فعال در کنار هم جمع می‌شوند تا ایده‌ها و امیدهای خود را به واقعیت تبدیل کنند. شرکت‌هایی مانند گوگل، آمازون یا دیجی کالا قبل از تبدیل به شرکت‌های بزرگ شناخته شده امروزی در پارکینگ خانه یا اتاق‌های شخصی شروع به کار کرده‌اند.

در آیین نامه شرکت‌های نوپا مصوب ۱۳۹۸/۰۲/۲۹ که مزایا و معافیت‌هایی برای شرکت‌های نوپا در نظر گرفته شده است معیارهایی برای نوپا محسوب شدن شرکت در نظر گرفته شده است. شرکت‌هایی از دسته نوپا محسوب شده‌اند که خصوصی و تعاونی باشند. این امر مطابق بحث استقلال استارت‌آپ‌ها است. شرکت خصوصی در مقابل دولتی قرار می‌گیرد. بنابر ماده ۴ قانون محاسبات عمومی کشور شرکت دولتی «واحد سازمانی مشخصی است که با اجازه قانون بصورت شرکت ایجاد شود و یا بحکم قانون و یا دادگاه صالح ملی شده و یا صادره شده و بعنوان شرکت دولتی شناخته شده باشد و بیش از ۵۰ درصد سرمایه آن متعلق به دولت باشد. هر شرکت تجاری که از طریق سرمایه‌گذاری شرکت‌های دولتی ایجاد شود، مادام که پنجاه درصد سهام آن متعلق به شرکت‌های دولتی است، شرکت دولتی تلقی می‌شود». البته بنابر این تعریف اگر کمتر از ۵۰ درصد از سرمایه شرکت نوپا به دولت تعلق داشته باشد همچنان از حمایت‌های قانون بهره‌مند خواهد شد. (تابان، ۱۴۰۰: ۱-۱۴)

موضوع فعالیت شرکت‌های نوپا بنابر آیین نامه باید در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات باشد. فناوری اطلاعات و ارتباطات، فناوری‌هایی هستند که دسترسی به داده‌ها از طریق ارتباطات دوربرد را ممکن می‌سازند. این مفهوم مشابه تعریف فناوری اطلاعات است با این تفاوت که محور فناوری اطلاعات و ارتباطات، فناوری‌های ارتباطی است از جمله شبکه‌های بی‌سیم، دستگاه‌های همراه، اینترنت و سایر وسایل ارتباطی است. اگرچه این حوزه فعالیت، دسته‌های بسیاری از استارت‌آپ‌ها که در زمینه تجارت الکترونی و یا بستر اینترنتی را شامل می‌شود با این وجود بسیاری از استارت‌آپ‌هایی که در این حوزه فعالیت نمی‌کنند در تعریف آیین نامه نخواهند گنجد. (همان: ۱-۱۴)

علاوه بر شروطی که یاد شد، استارت‌آپ باید شرایط کمی نیز را احراز کند. سرمایه شرکت نوپا باید کمتر از دو میلیارد و پانصد میلیون تومان و همچنین در آمد شرکت در سال نباید فراتر از پنج میلیارد تومان باشد. این مبالغ بر اساس نرخ تورمی بانک مرکزی در سال‌های آتی تعدیل و اعلام می‌شود. کشور‌های متعدد برای استارت‌آپ‌ها محدودیت‌های کمی قائل هستند. سقف سرمایه، سود، تعداد کارکنان، تعداد شعب و ... از جمله موارد محدودیت‌هایی است که قانون‌گذار ممکن است برای استارت‌آپ تلقی شدن کسب و کاری تعیین شود. در کنار محدودیت‌های مالی، تنها شرکت‌هایی که سه سال از ثبت آن‌ها نگذشته باشد در تعریف آیین نامه شرکت نوپا محسوب خواهند شد. شرط سه سال از زمان ثبت شاید موجب شود که شرکت‌های نوپایی که همچنان نیاز به حمایت دارند پس از گذشت سه سال با مشکلاتی مواجه شوند.

یکی دیگر از شرایط آیین نامه برای این که شرکتی نوپا تلقی شود، این است که مؤسسين و صاحبان سهام شرکت نسبت به توزیع سود اقدام نکرده باشند و همچنین دریافتی آن‌ها نباید از سه برابر حداقل حقوق و دستمزد سالیانه کارگران مشمول قانون کار بیشتر نباشد. حداقل حقوق کارگر مصوب سال ۱۳۹۸ یک میلیون و پانصد هزار تومان است که با توجه به آن شرط قانونی دریافتی مؤسسين و صاحبان سهام تقریباً چهار میلیون و پانصد هزار تومان خواهد بود. با توجه به شرایط مبهم حاکم بر شرکت‌های نوپا و مخاطری که پیرامون تأسیس و فعالیت آن‌ها وجود دارد دشوار خواهد بود به نظر می‌رسد که تعیین دریافتی ماهیانه در این ماده غیر ضروری باشد. حتی اگر مؤسسين با در نظر گرفتن منافی که در آینده ممکن است بدان نائل شوند برای برخورداری از حمایت‌ها و مزایای آیین نامه از دریافت مستمری یاد شده بگذرند سایر شرکا و صاحبان سهام که در شرکت سرمایه‌گذاری کرده‌اند یا آن را همراهی می‌کنند، شاید تن به این شرط ندهند. (تابان، ۱۴۰۰: ۱-۱۴)

با توجه به نگاه بسیار مضیق آیین نامه به نظر می‌رسد که تدوین کنندگان آن سعی بر تعریف استارت‌آپ نداشته‌اند و شروط تعیین شده در آیین نامه بیشتر ناظر به کسب و کارهای کوچک است که در زمینه فناوری اطلاعات و فناوری فعالیت می‌کنند. با نظر به صدر بند الف ماده یک که از عبارت «شرکت‌های مورد حمایت» استفاده کرده است به نظر می‌رسد که آیین نامه در صدد

تعریف یا حمایت تمامی استارت‌آپ‌ها نبوده است و تنها سعی بر ارائه حمایت‌ها و مزایایی برای شرکت‌هایی بوده است که تازه تأسیس شده‌اند. در این میان استارت‌آپ‌هایی ممکن است شرایط آیین نامه را احراز کنند و از مزایای آن بهره‌مند شوند. با توجه به بحث‌های صورت گرفته می‌توان تعریف مقابل از استارت‌آپ را ارائه داد: «استارت‌آپ یک کسب‌وکار نوپا است که به صورت مستقل (به‌وسیله ادغام یا تفکیک ایجاد نشده است و شعبه‌ای از شرکتی دیگر نیست) ایجاد می‌شود. استارت‌آپ با خلاقیت، ابتکار و نوآوری نیروی انسانی، محصول یا [و] خدمتی جدید یا که محصول یا [و] خدمتی موجود را با مدل کسب و کاری خلاقانه و با ارزش افزوده‌ای بالا ارائه می‌دهد. استارت‌آپ‌ها عمری کوتاه (معمولاً بین ۵ الی ۸ سال) دارند و بر اساس دانش یا فناوری‌های متوسط و بالا فعالیت می‌کنند.»

### ویژگی‌های استارت‌آپ‌ها

هر شرکت تازه تأسیسی که کالا یا خدماتی برای ارائه دارد استارت‌آپ محسوب نمی‌شود. استارت‌آپ‌ها ویژگی‌هایی دارند که باعث تمایز آن‌ها از سایر انواع کسب و کارهای عمومی می‌شود. در این قسمت این ویژگی‌ها بررسی خواهند شد.

- عمر کوتاه: یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد استارت‌آپ‌ها عمر کوتاه آن‌هاست. بر خلاف سایر کسب و کارها که ممکن است سابقه فعالیت طولانی داشته باشند یا که پیش‌بینی شود برای مدت طولانی فعالیت کنند، عمر استارت‌آپ محدود است. عمر استارت‌آپ‌ها از زمان شکل‌گیری تا تحقق اهداف تعیین شده برای استارت‌آپ کمتر از ۱۰ سال است. (محمدزاده روشتی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۸۵-۲۰۲)

در بعضی از قوانین این عدد حتی کمتر نیز تعیین شده است. برای مثال فصل نهم از قانون اقدامات ضروری برای توسعه کشور که به مقررات استارت‌آپ‌ها اختصاص داده شده است عمر استارت‌آپ‌ها را ۶۰ ماه (معادل ۵ سال) معین کرده است. پس از انقضای این مدت کسب و کار دیگر یک استارت‌آپ محسوب نخواهد شد و همانند یک شرکت عادی از مزایا و معافیت‌های تعیین شده برای استارت‌آپ‌ها محروم خواهد شد. قانون فرانسه فرصت بیشتری به کسب و کارها ارائه داده است و عمر استارت‌آپ را ۸ سال از زمان تأسیس اعلام کرده است.

- رشد سریع: استارت‌آپ‌ها در صورت موفقیت رشد سریعی را به دنبال خواهند داشت. رشد در زمینه سرمایه و سود آوری و همچنین تعداد کارکنان. همانگونه که از نام آن‌ها نیز پیداست، کسب و کاری تأسیس می‌شود (Start)؛ و نمودار رشد آن پیوسته رو به بالاست (Up). درحالی که در کسب و کارهای عادی نمودار رشد معمولاً به صورت نوسانی است و حفظ بازار و ورود تدریجی به بازارهای جدید برای یک کسب و کار معمولی موفقیت محسوب می‌شود این امر برای استارت‌آپ به معنای دست نیافتن به اهداف خود است.

به دنبال رشد سریع استارت‌آپ برای هماهنگ شدن و قابلیت ادامه فعالیت، به سرعت شروع به جذب کارکنان می‌کند و استارت‌آپی که با چند نفر محدود تشکیل شده است ممکن است در مدتی بسیار کوتاه چند هزار کارکن جذب و استخدام کند. برای مثال استارت‌آپ علی بابا با سرمایه شخصی یک معلم زبان در اتاق آپارتمانی و با تلاش فردی تأسیس شد، در مدتی کوتاه این استارت‌آپ به یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های جهانی تبدیل شد و مؤسس آن آقای جک ما ثروتمندترین فرد کشور چین شد. (Qicheng, 2017: 17)

- خلاقیت و ابتکار بالا: هیچ کسب و کاری بدون خلاقیت و ابتکار قدرت بقای در بازار را نخواهد داشت. با این وجود سطح این خلاقیت در استارت‌آپ‌ها بسیار متفاوت از یک کسب و کار سنتی است. ایده‌های نو و بی سابقه تنها به ذهن خلاق‌ترین و هوشمندترین افراد می‌رسد و همین خلاقیت در طول فعالیت استارت‌آپ همراه خواهد بود تا آن را از سایر کسب و کارها متمایز کند. نتیجه این خلاقیت این است که استارت‌آپ‌ها یا بازارهای جدید برای خود خلق می‌کنند یا که بازارهای موجود را مختل می‌کنند. تصمیم‌گیری در استارت‌آپ‌ها جسورانه و مبتنی بر خلاقیت و ایده‌های نو است. (Parnell, 2002: 34)

برای مثال استارت‌آپ اسنپ در ایران یا اوبر در سایر کشورها در مدتی بسیار کوتاه بازار حمل و نقل عمومی در دست گرفتند.

- استقلال: به دلیل اهمیت نهاد انسانی در استارت‌آپ و اینکه خلاقیت و ایده منحصر به اشخاص حقیقی است استارت‌آپ‌ها به صورت مستقل ایجاد می‌شوند و قسمتی از شرکت یا نهاد تجاری نیستند. در قانون «اقدامات ضروری برای توسعه کشور» ایتالیا تصریح شده است که کسب و کاری که از طریق ادغام، انحلال و انتقال شرکت یا بخش تجاری تشکیل شده است،

استارت آپ محسوب نخواهد شد. در قانون فرانسه نیز برای استارت آپ محسوب شدن کسب و کار باید واقعا جدید باشد و نباید در نتیجه ادغام یا تفکیک شرکتی دیگر ایجاد شده باشد یا که شعبه‌ای از شرکت دیگر باشد. اغلب استارت‌آپ‌ها ساختار سازمانی بسیار ساده ای دارند و بنیان‌گذار معمولا مدیر استارت-آپ نیز هست. (D.LLester,2008:316)

این ساختار ساده و مدیریت خلاقانه موجب می‌شود که تصمیم‌گیری منعطف و جسورانه امکان پذیر باشد، امری که در سایر شرکت‌ها و کسب و کارها امری مذموم محسوب می‌شود.

### مراحل چرخه استارت آپ

تقسیم‌بندی‌های متفاوتی برای مراحل چرخه حیات استارت‌آپ ارائه شده است. هر کدام از این تقسیم‌بندیها ویژگی‌های غالب را در نظر گرفته اند و با توجه به آنچه به نظر آن‌ها مهم‌تر بوده است تقسیم بندی را انجام داده‌اند.

در یک تقسیم بندی چرخه حیات استارت‌آپ به سه مرحله خود راه‌اندازی، مرحله کشت ایده و مرحله خلق و ایجاد تقسیم بندی می‌شود. در مرحله خود راه اندازی بنیان‌گذار استارت‌آپ سعی می‌کند که با تلاش شخصی ایده خود را در وضعیتی پرابهام و پرریسک با کمک دوستان و اعضای خانواده تبدیل به یک کسب و کار موفق کند. خودراه اندازی یک استراتژی جایگزین تحصیل منابع مالی است که در شرکت های کوچک و متوسط استفاده می‌شود. البته این روش تأمین مالی برای ایده‌های بزرگ مناسب نیست ولی می‌تواند برای شروع به کار سریع استارت‌آپ‌هایی که می‌خواهند در بازار کوچک فعالیت کنند می‌تواند، کمک کند. ۲. خودراه اندازی به معنای استفاده بهینه و خلاقانه از روش‌هایی است که موجب می‌شود مقدار هزینه‌ای که باید از طریق معاملات بازار به دست آید را به حداقل می‌رساند و به شرکت‌ها اجازه می‌دهد که منابع مالی دیگران را با کمترین هزینه یا بدون هزینه به دست آورد. (اعتمادی نسب و همکاران، ۱۴۰۰: ۸۳-۹۸)

مرحله دوم از چرخه حیات استارت‌آپ مرحله کشت ایده است. در این مرحله استارت‌آپ سعی می‌کند که ایده خود را تبدیل به کالا یا خدمات خارجی کند. موفقیت و شکست استارت‌آپ ارتباط بسیاری با این مرحله دارد. اگر در این مرحله استارت‌آپ بتواند ایده خود را به درستی اعمال کند، ورود به بازار آغاز خواهد شد. در این مرحله استارت‌آپ به دنبال منابع مالی خارجی خواهد بود. پس از طی این مرحله استارت‌آپ وارد مرحله ساخت و خلق می‌شود. در این مرحله استارت‌آپ ساختاری سازمانی پیدا می‌کند و سرمایه‌گذاران خطر پذیر برای تأمین مالی استارت‌آپ ورود پیدا می‌کنند. (همان: ۸۳-۹۸)

اگر بخواهیم با نگاهی به حقوق مالکیت فکری استارت‌آپ تقسیم بندی برای چرخه حیات استارت‌آپ در نظر بگیریم، سه مرحله برای هر استارت‌آپ قابل پیش بینی خواهد بود. مرحله اول، مرحله ایجاد استارت‌آپ است. در این مرحله ایده موضوع و ایجاد استارت‌آپ خلق می‌شود. بنیان‌گذاران در کنار هم مدل کسب و کاری طراحی می‌کنند تا خطی مشی استارت‌آپ مشخص شود و جذب سرمایه تسهیل شود. به این دلیل که اصولا مالکیت‌های فکری استارت‌آپ به ثبت نرسیده است نظام‌های حقوقی که ثبت لازمه حمایت در آن نیست مطرح خواهند شد. در مرحله دوم استارت‌آپ ساختار حقوقی مشخصی پیدا کرده است و در قالب یکی از شرکت های تجاری ثبت شده است. در این مرحله باید سند دارائی حقوق مالکیت فکری ایجاد شود و استراتژی حقوق مالکیت فکری طراحی گردد. در مرحله سوم استارت‌آپ در مرحله تغییر یا انحلال قرار می‌گیرد. در صورتی که شرکت موفق شود، با مرور زمان استارت‌آپ به شرکتی عادی تبدیل خواهد شد و در صورتی که به هر دلیلی با شکست مواجه شود منحل می‌شود یا که به دلیل فروش، انتقال یا ادغام به شکلی دیگر درخواهد آمد.

### انواع استارت آپ‌ها

استارت‌آپ‌ها با توجه به زمینه فعالیتشان به انواع متعددی تقسیم می‌شوند. استارت‌آپ‌های متعدد بر اساس ماهیت خدمات و کالای ارائه شده مشتریان و بازار هدف متفاوتی دارند. در این قسمت انواع متعدد استارت آپ بیان خواهند شد.

### استارت آپ‌های مقیاس پذیر

در این نوع از استارت‌آپ‌ها از ابتدا موفقیت و رشد چشم گیر پیش بینی می‌شود. یک فناوری برهم زننده، پیشرفته و یا یک ایده ناب موجب می‌شود که این استارت‌آپ‌ها در مدتی کوتاه بازار را قبضه کرده و در سطح جهانی به صورت قابل توجهی شناخته شوند. استارت‌آپ‌های مقیاس پذیر نیازمند سرمایه خطرپذیر بسیار بالایی هستند تا بتوانند مدل کسب و کار خود را اجرایی کنند.

استارت‌آپ‌های مقیاس پذیر نیازمند تحقیقات و طراحی با کیفیتی هستند و این قابلیت را دارند که از رقبا جلوتر باشند. به دلیل ماهیت پیچیده این استارت‌آپ‌ها آن‌ها از چند شیوه تأمین سرمایه استفاده می‌کنند. همانگونه که موفقیت این استارت‌آپ‌ها چشم گیر است، ممکن است با شکست‌های بسیار سهمگینی نیز مواجه شوند که زمان، سرمایه و اعتباری تجاری به صورت کامل از دست رود. (گلزار و میرید، ۱۳۹۶: ۱-۱۵)

### استارت آپ سبک زندگی

استارت‌آپ‌های سبک زندگی، کسب و کارهایی هستند که در آن بنیان‌گذاران می‌توانند تیم خود را تعیین کنند و در مقابل نتایج خوبی به دست آورند. کسب و کار این نوع استارت‌آپ ارتباط وثیقی با سبک زندگی آن‌ها دارد سبک زندگی بنیان‌گذاران به آن‌ها اجازه می‌دهد که در زمینه خاصی تجربه و مهارت قابل توجهی داشته باشند و این امر در کنار علاقه مندی این افراد به کسب و کار خود، فرمولی برای موفقیت این استارت‌آپ‌ها محسوب می‌شود. شرکت‌های مشاوره، طراحی نرم افزار و .. که به کار خود علاقه مند هستند از جمله مثال‌های این نوع استارت‌آپ‌ها هستند. موفقیت و این استارت‌آپ‌ها در اندازه استارت‌آپ‌های مقیاس پذیر نخواهد بود و نام و علامت تجاری آن‌ها شاید هیچ موقع خارج از یک محدوده جغرافیایی یا علاقه مندی معروف نباشد. (همان: ۱-۱۵)

### استارت آپ‌های برای فروش

این دسته از استارت‌آپ‌ها صرفاً با هدف فروش آن‌ها در وقتی لاحق ایجاد و توسعه داده می‌شوند. این شرکت‌ها که معمولاً در زمینه برنامه‌های هوشمند و فضای سایبر فعالیت می‌کنند توسط شرکت‌های بزرگ تر خریداری می‌شوند. شرکت‌های بزرگ نیز برای اینکه هزینه و زمانی بر روی برنامه‌های آزموده نشده صرف نکنند و یا اینکه رقبای خود را از طریق قانونی از گردونه رقابت خارج کنند این شرکت‌ها را در ازای مبلغ قابل توجهی خریداری می‌کنند. خریداران این استارت‌آپ‌ها معمولاً شرکت‌های عظیمی هستند که خود سابقاً استارت‌آپ مقیاس پذیر بوده‌اند. در برخی از موارد این نوع استارت‌آپ‌ها با استفاده از سرمایه و تجربه شرکت بزرگ تر خود تبدیل به استارت‌آپی مقیاس پذیر می‌شوند.

### استارت آپ‌های شرکت‌های بزرگ

این استارت‌آپ‌ها به نتیجه مدنظر خود رسیده اند و تبدیل به شرکتی بزرگ با سرمایه و تعداد کارکنان بالا شده‌اند که در روابط تجاری متعدد و پیچیده‌ای با کسب و کارهای متعدد دارند و به تعداد زیادی از مشتریان کالا یا خدمات ارائه می‌دهند. استارت‌آپ‌هایی که به شرکت‌های بزرگ تبدیل شده اند علی‌رغم سوددهی و ارزش افزوده بالا پیوسته با خطر شکست مواجه هستند. خلق فناوری‌های جدید، استارت‌آپ‌های جایگزین، تغییر در قانون‌گذاری و ... فشار زیادی بر این نوع استارت‌آپ‌ها می‌گازد تا پیوسته ایده‌ها و محصولات نوینی ارائه دهند. (کریم، ۱۳۹۹: ۱-۱۲)

### ارکان و اشخاص مرتبط با استارت آپ

در هر استارت‌آپی دسته‌ای از اشخاص نقش مهمی در فعالیت و آینده شرکت ایفا می‌کنند. نقش این افراد به گونه‌ای است که می‌توان آن‌ها را ارکان استارت‌آپ نامید. نبود هر کدام باعث از هم پاشیدن و یا حتی عدم تأسیس استارت‌آپ خواهد شد. مفاهیمی نیز مطرح هستند که پایه و اساس استارت‌آپ را تشکیل می‌دهند. استارت‌آپ با این مفاهیم معنی پیدا می‌کند و ویژگی‌های منحصر به فرد استارت‌آپ‌ها در آن‌ها منعکس می‌شوند.

### ایده

هر نوآوری، اختراعی، طرح صنعتی و در کل هر کسب و کار موفق با یک ایده آغاز شده است. ایده‌ها بال و پر گرفته اند و تکامل یافته اند تا در نهایت تبدیل به محصول یا خدمتی شوند. اندیشمندان و متخصصان بسیاری هستند که ممکن است دانش کافی برای ساخت یا ارائه یک خدمت را داشته باشند؛ اما تنها عده محدودی می‌توانند یک محصول یا خدمت قابل تجاری سازی ارائه دهند. در یک نگاه گذرا بسیاری از محصولات و خدمات ارائه شده در بازار شاید برای یک متخصص یا حتی یک فرد معمولی در جامعه ساده به نظر برسند اما ایده ارائه یا ساخت آن به ذهن هیچ کدام نرسیده است. ضرب المثل ایرانی «معما چون حل گشت، آسان شود» بیانگر این موضوع است. یک ایده خوب نتیجه سال‌ها مطالعه، تلاش، تجربه و هزینه است.

در لغت، ایده به معنای «اندیشه، فکر، خیال، تصور، رای، عقیده، نیت، سلیقه ادبی و صنعتی» تعریف شده است. (عمید، ۱۳۷۵: ۱۳)

در اصطلاح نیز صاحب نظران حقوق مالکیت فکری تعریف دقیق و واضحی از ایده ارائه نداده‌اند. بعضا ایده به عنوان استعاره‌ای از عناصر متعلق به حوزه عمومی شناخته شده است. برخی با رد تقسیم بندی دقیق ایده و بیان، بر این نظر هستند که ایده صرفا به معنای قسمت حمایت نشده یک اثر است.

ایده‌ها و بر خلاف داده‌ها مخلوق ذهن پدیدآورنده هستند و شامل نظریه‌ها، انتزاع ذهنی و ... بشر است. داده‌ها از طرفی دیگر شامل محاسبات، اندازه‌گیریها، توصیف واقعیت و ... هستند. با مفهوم تعرف الاشیاء باضدادها می‌توان گفت که ایده در مقابل بیان قرار می‌گیرد و در این تعریف ایده مخلوق ذهن پدیدآورنده است که هنوز به هیچ شیوه‌ای نه به صورت کتبی و نه شفاهی بیان نشده است.

در ماده ۱۷ قانون برنامه پنج‌ساله توسعه پنجم به منظور توسعه و انتشار فناوری و حمایت از شرکت‌های دانش بنیان به دولت اجازه داده شده است که اقداماتی را انجام دهد. از جمله این اقدامات ایجاد و توسعه بورس ایده است:

«۵: حمایت مالی از ایجاد و توسعه بورس ایده و بازار فناوری به منظور استفاده از ظرفیت‌های علمی در جهت پاسخگویی به نیاز بخش‌های صنعت، کشاورزی و خدمات» علی‌رغم استفاده از واژه «ایده» در متن قانون اما منظور مقصود قانونگذار ایده به معنای اموال فکری بوده است. نتیجه بند «د» ماده ۱۷ این قانون ایجاد بازار دارایی فکری در شرکت فرابورس ایران بود. این بورس به نمونه از بورس‌های بین‌المللی همانند بورس بین‌المللی معاملات دارایی فکری ایجاد شده است. (فاطمی صدر، ۱۳۹۷: ۵۱)

هدف این بازار اعطای مجوز بهره‌برداری اموال فکری ثبت شده بود. به نظر می‌رسد منظور این ماده از ایده نیز همان مالکیت‌های فکری حمایت شده به موجب قانون است. بورس اموال فکری نیز خود موارد مورد حمایت به موجب اوراق بهادار را اختراعات، علائم تجاری، طرح‌های صنعتی، حق انحصاری اثر و سایر موارد مورد حمایت به موجب قانون است. (فاطمی صدر، ۱۳۹۷: ۵۱)

در نظام حقوق مالکیت فکر و بالاخص در نظام حقوق مالکیت ادبی و هنری ایده از جمله موارد خارج از حمایت محسوب شده است. با این وجود و به لحاظ اهمیتی که ایده دارد و اینکه عدم حمایت مطلق موجب سواستفاده از ایده‌های خلاق دیگران می‌شود نظام‌های حقوقی روش‌هایی برای حمایت از ایده پیش‌بینی کرده‌اند.

### مدل کسب و کار

خلاقیت و ابتکار از ویژگی‌های بشر محسوب می‌شود و این امر در تمامی جنبه‌های زندگی بشری جلوه پیدا می‌کند. کسب‌وکارها نیز در ادوار تاریخ کم‌وبیش از این خلاقیت‌ها و ابتکارها برای اینکه دست بالاتر داشته باشند، استفاده کرده‌اند. در چند دهه اخیر با پیشرفت چشم‌گیر فناوری و ورود کالاها و خدمات جدید به بازار نقش این امر بسیار پررنگ‌تر شده است. با پیچیده شدن وضعیت بازار، شیوه سنتی کسب‌وکار برای تجارت‌های جدید پاسخ‌گو نبوده است. دیگر برتری در به دست آوردن مواد اولیه ارزان قیمت نیست. با پیچیده شدن شیوه‌های کسب‌وکار، شرکت‌ها به دنبال پاسخ‌هایی برای نیازهای جدید خود بودند.

در اواخر دهه نود میلادی و با ظهور حباب دات کام ۲ (حباب فناوری اطلاعات) بسیاری از بازارهای جهانی به لطف اینترنت و کسب‌وکارهای مرتبط با آن با رشد سریعی مواجه شدند به گونه‌ای که شرکت‌های اینترنتی افزایش سرمایه ۱۰۰۰ درصدی را تجربه کردند و تنها در دو سال ۲۰ درصد از کل سهام عمومی دادوستد شده در ایالات متحده به بخش اینترنت اختصاص داشت. (Ofec,2003:1113)

موفقیت مدل‌های کسب‌وکار مرتبط با اینترنت در یک دهه لاحق بر حباب فناوری اطلاعات موجب شد که تحقیقات بسیاری در این زمینه انجام شود. بعضی از پژوهشگران اینترنت و حباب دات کام را دلیلی برای استفاده موسع از مدل‌های کسب‌وکار می‌دانند. بعضی دیگر بر این باور هستند که فناوری‌های نوین پسا صنعتی همانند نرم‌افزارها، بیوپزشکی و علوم مواد پیچیده نیاز به یک ساختار سازمانی جدید را ایجاد کرده‌اند. آن‌ها صنعت‌ها و سازمان‌هایی که بر این فناوریها تکیه دارند را سبب ظهور مفهوم مدل کسب‌وکار می‌دانند. (Ofec,2003:1113)

از زمان ارائه مفهوم مدل کسب‌وکار، پژوهشگران بر تعریفی واحد از آن متفق نبوده‌اند. بعضی مدل کسب‌وکار را بر اساس «ساختار معاملات» تعریف کرده‌اند. در این تعریف مدل کسب‌وکار شیوه‌های تنظیم معاملات میان ذینفعان (مصرف‌کنندگان،

ارائه‌دهندگان و فروشندگان) بیان شده است. مدل کسب‌وکار نشان‌دهنده محتوی، ساختار و اداره معاملاتی هستند که برای خلق ارزش از طریق استفاده از فرصت‌های تجاری ایجاد شده‌اند. (Zott,2011:493-520)

علی‌رغم اینکه این تعریف برای مدل کسب‌وکار در تجارت الکترونیک ارائه شده است اما بر تمامی مدل‌های کسب‌وکار قابل انطباق است. در تجارت الکترونیک، محتوای معاملات به معنای داده‌های در حال تبادل و منابع و توانایی‌هایی که برای این تبادل لازم است می‌باشد. ساختار معاملات به اطرافی که در این تبادل شرکت می‌کنند و شیوه‌هایی که باهم در ارتباط هستند اشاره دارد. ساختار معاملات نیز شامل نظم است که تبادلات شکل می‌گیرند. اداره معاملات نیز به معنای شیوه‌هایی است که جریان اطلاعات، منابع و کالاها از طریق اطراف مرتبط کنترل می‌شوند. این قسمت همچنین به شکل حقوقی اداره اشاره دارد. زات مدل‌های کسب‌وکار را به دودسته «کارآمد محور» و «نوآورانه» تقسیم می‌کنند. مدل‌های کسب‌وکار کارآمد محور باهدف کاهش هزینه معاملات برای تمامی اطراف دخیل عمل می‌کند درحالی‌که مدل‌های کسب‌وکار با محوریت نوآوری بر شیوه‌های جدید انجام معاملات اقتصادی میان اطراف متعدد متمرکز است. (Ibid:493-520)

جون ماگرتا به زبانی ساده مدل کسب‌وکار را تعریف می‌کند. در نظر وی مدل کسب و کار داستان‌هایی هستند که نشان می‌دهند چگونه شرکت‌ها فعالیت می‌کنند. یک مدل کسب‌وکار مناسب به مسائل مطرح‌شده از سوی پیترو دراکر پاسخ می‌دهد: چه کسی مشتری است؟ از نظر مشتری چه چیزی ارزشمند هست؟ مدل کسب‌وکار همچنین به این مسئله پاسخ می‌دهد که چگونه باید در این حوزه درآمدزایی کرد؟ منطق اقتصادی که روشن می‌کند که چگونه می‌توان با هزینه‌ای مناسب ارزش‌آفرینی کرد چه هست؟ وی تهیه مدل‌های کسب‌وکار را معادل روش‌های علمی می‌داند که در آن ابتدا فرضیه‌ای ارائه می‌شود و سپس در عالم واقع ارزیابی می‌شود و در صورت نیاز اصلاح می‌شود. (Zott,2011:493-520)

بنابراین ممکن است دلیل موفقیت و برتری استارت‌آپی نسبت به رقبای خود مدل کسب و کارش باشد.

### کارآفرین / بنیانگذار<sup>۱</sup>

با پیشرفت و توسعه سریع فناوری جهان شبیه به یک دهکده شده است که پیوسته در حال رشد و ترقی است. شرکت‌ها و صنعت‌های با چالش‌های اقتصادی متعددی مواجه هستند. از یک سو باید دوام بیاورند و با پیشرفت‌های سریع و چالش‌های متعدد دست و پنجه نرم کنند. همین چالش‌ها و پیشرفت‌ها باعث شده است که فرصت‌های جدیدی رو به بعضی از افراد باز شود. کارآفرینان در مواقعی که سایر افراد با معضل مواجه هستند برای خود فرصت می‌آفرینند. محور و رکن اصلی هر استارت‌آپ کارآفرین و بنیان‌گذار آن است. تصور، ایده و خلاقیت آن‌ها همان امری است که موجب شده کسب و کارهایی که با کمترین امکانات شروع به کار می‌کنند بتوانند بزرگ‌ترین و پرنفوذترین شرکت‌ها را کنار زده و در جایگاه آن‌ها و یا حتی بالاتر از آن بنشینند. داستان‌های موفقیت شرکت‌های چند میلیارد دلاری با نام تعدادی از افراد گره خورده است. اگرچه در یک استارت‌آپی که به موفقیت رسیده است هزاران فرد کار می‌کنند وده‌ها شرکت ممکن است زیر مجموعه آن‌ها باشند اما این افرادی مانند بیل گیتس، مارک زاکربرگ، ایلان ماسک و ... هستند که بعضاً از اسم خود شرکت شهرت بیشتری پیدا می‌کنند. به گونه‌ای که انگار این افراد هسته و ماهیت شرکت هستند و شرکت بدون ایده، ذهن و فلسفه آن‌ها مانند هر شرکت عادی دیگر خواهد بود.

### سرمایه‌گذار<sup>۲</sup>

ممکن است که ایده و خلاقیت بنیان‌گذاران ایده بسیار عالی و پسندیده باشد اما تا زمانی که این ایده و خلاقیت قابلیت عملی شدن را نداشته باشد ارزش آن محدود به ذهن آن‌ها خواهد بود. برای اینکه استارت‌آپ بتواند اهداف و ایده‌های خود را عملی و کاربردی کند لازم است که چارچوبی را رعایت کند. چارچوب تشکیل یک استارت‌آپ هزینه بردار است. استارت‌آپ نیاز به محلی برای فعالیت دارد، باید کارکنانی با تخصص‌های متفاوت استخدام کند، اموال فکری باید ثبت شوند، استارت‌آپ باید در قالب شرکتی تجاری درآمد و به تبع آن باید هزینه‌های ثبت، مالیات و... را پرداخت کند، اموال فکری باید در دوره‌هایی معین تجدید ثبت شوند، توسعه و تحقیق برای ایجاد اموال فکری نیازمند سرمایه است و صدها موارد دیگر. (صادقی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۰)

1. Entrepreneur/Founder

2. Investor

ممکن است در ابتدای کار بنیان‌گذاران و با مساعدت دوستان و خانواده خود استارت‌آپ را راه‌اندازند، اما پیشرفت و فعالیت مداوم استارت‌آپ خصوصاً اگر بنیان‌گذاران رشد سریع و موفقیت بزرگ را در ذهن داشته باشند با سرمایه‌هایی که این شیوه‌ها به دنبال دارند امکان‌پذیر نخواهد بود. لاجرم استارت‌آپ در مرحله‌ای از زندگی خود به سرمایه‌مالی نیاز خواهد داشت. مؤسسه‌سازماند مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها و فرشتگان سرمایه‌گذاری در چند دهه اخیر و به مناسب افزایش تعداد استارت‌آپ‌ها ایجاد شده‌اند. سرمایه‌گذار نه تنها سرمایه خود را به همراه می‌آورد بلکه تجربه و تخصص و به گونه‌ای مالیکت‌های فکری خود را به استارت‌آپ عرضه می‌کند. آن‌ها در مقابل سرمایه خود شریکی از شرکای استارت‌آپ خواهند شد و ممکن است تا آخرین مراحل استارت‌آپ بنیان‌گذاران را همراهی کنند. آن‌ها تبدیل به رکنی از ارکان استارت‌آپ که استارت‌آپ برای آن‌ها اهمیتی پیدا می‌کند که نزد بنیان‌گذاران دارد.

### مصرف‌کننده

در چرخه فعالیت استارت‌آپ عوامل متعددی دخیل هستند. در آخرین فرآیند فعالیت هر کسب و کار و بالتبع استارت‌آپ‌ها مصرف‌کنندگان قرار دارند. مصرف‌کنندگان وبه این دلیل که ضعیف‌ترین طرف یک چرخه اقتصادی هستند به حمایت‌های ویژه‌ای نیاز دارند. اهمیت حمایت از مصرف‌کنندگان در استارت‌آپ‌ها بیشتر از سایر کسب و کارهاست. به کارگیری فناوریهای نوین، ارائه محصولات و خدمات جدید، بستر متفاوت، و الزامات فناورانه و ... موجب شده‌اند که مبانی و مقررات سنتی گاه برای پاسخ به مسائل مرتبط با حقوق مصرف‌کننده پاسخگو نباشند. حقوقدانان در این راستا حقوقی برای مصرف‌کننده پیش‌بینی کرده‌اند تا قربانی آزمون و خطا و فعالیت‌های کسب و کارهای جویای سود قرار نگیرند. در کشورهای متعدد حقوق مصرف‌کننده و با نگاهی به روز مورد تقنین قرار گرفته است.

### نتیجه‌گیری

در یک نتیجه‌گیری کلی باید بیان داشت که استارت‌آپ‌ها از موثرترین عوامل پیشرفت اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته هستند. توانمندی این شرکت‌ها در حل مشکلات و پاسخ به نیازهای جامعه در حوزه‌های مختلف اقتصادی و اشتغال‌زایی چشمگیر آن‌ها، باعث گرایش جوامع به حمایت از این نوع کسب و کارها شده است. استارت‌آپ‌ها در بخش‌هایی مانند حمل و نقل، خدمات و هتل‌داری در افزایش نرخ رشد اقتصادی می‌توانند نقش مهمی ایفا کنند. مشکلات رایج حقوقی استارت‌آپ‌ها در تمامی مراحل از جمله راه‌اندازی استارت‌آپ‌ها، پیشبرد و توسعه آن‌ها و به خصوص در مرحله سرمایه‌گذاری، وجود دارد و هر کدام از این استارت‌آپ‌ها، به دنبال دست‌یابی به اهداف مشخص و متفاوتی هستند. مسائلی مثل ثبت شرکت، ثبت اختراع برای یک محصول جدید، تنظیم قرارداد بین مؤسسان استارت‌آپ، صدور سهام و ... از جمله مسائل حقوقی هستند که می‌تواند برای صاحبان این استارت‌آپ‌ها مشکل‌آفرین باشد. به همین خاطر آگاهی از حقوق استارت‌آپ‌ها می‌تواند مشکلات حقوقی را، برای این افراد کاهش داده و مسیر هدف آن‌ها را هموارتر سازد.

### منابع

۱. اعتمادی نسب، الهام؛ فرهنگی، علی اکبر؛ مظفری، افسانه (۱۴۰۰)، مطالعه تاثیر رسانه‌های نوین ارتباطی در مهارت‌های کارآفرینی و توسعه ملی با تاکید بر نقش استارت‌آپ‌ها، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، شماره ۱
۲. تابان، سیدمحمدرضا (۱۴۰۰)، چالش‌های حقوقی/سیاسی استارت‌آپ‌ها در فضای کسب و کار در ایران، تهران: دومین همایش ملی مدیریت نوین و کسب و کارهای نوپا
۳. صادقی، محسن (۱۳۸۹)، مطالعه تطبیقی تعیین مراجع صالح رسیدگی به دعاوی نقض اسرار تجاری در فضای دیجیتال، فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی، شماره ۵۵
۴. عمید، حسن (۱۳۷۵)، فرهنگ عمید، تهران: امیرکبیر
۵. فاطمی صدر، مجتبی (۱۳۹۷)، جایگاه شرکتهای نوپا (استارت‌آپ) در حقوق ایران، پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم قضایی و خدمات اداری.

۶. محمدزاده روشتی، زیبا؛ طهماسبی لیمونی، صفیه؛ نویسنده مسئول: قیاسی، میترا (۱۳۹۹)، ارزیابی پژوهش‌های حوزه مدیریت دانش در استارت‌آپ‌ها با رویکرد فراتحلیل، مجله پژوهش نامه علم سنجی، شماره ۱۲
7. Blank, Steve (2012). Startup Owner Manual, California: K & s Publishers
  8. D.LLester, J.A Parnell, W.Crandall, M.Menefee (2008), "Organizational life cycle and performance among SMEs: Generic strategies for high and low performers", International Journal of commerce and Management Vol.18, No.4
  9. Kozmetsky, George, Michael D. Gill Jr. (2012), Raymond W. Smilor. "Financing and Managing Fast-Growth Companies", Lexington: Lexington Books
  10. McKelvie, A, Haynie, J. M., & Gustavsson, V (2011). "Unpacking the uncertainty construct: Implications for entrepreneurial action" Journal of Business Venturing, quoted from Schmitt, Antje; Rosing
  11. Ofec, Eli (2003). Dotcom Mania: The Rise and Fall of Internet Stock Prices, Volume 58, Issue 3
  12. Parnell, J (2002)., "The role of effective resource utilization in strategy's impact on performance", International Journal of Commerce and Management .Vol 13
  13. Qicheng, Yan (2017), "Jack Ma & Alibaba: A Business and Life Biography", London: LID Publishing
  14. Ries. Eric (2011), The Lean Startup. New York: crown business publications
  15. Schendel, Dan. Hofer, Charles (2015). Strategic Management: A New View of Business Policy and Planning. Boston: Little Brown & Company.
  16. Zott, C (2011). Value creation in e-business. Strategic Management Journal, VOL 22