



IlamUniversity

Journal of Entrepreneurship Research
<http://jer.ilam.ac.ir>
Online ISSN: 2980-857X



Providing a Model for Accelerating the Collaboration Ecosystem of Small and Large Businesses

Farhad Ahmadi^{1✉} | Seyedeh Sara Karimizad²

1. Corresponding Author, Deputy Facilitator of Omid Entrepreneurship Fund, Tehran, Iran. Email: dr.farhadahmadi@yahoo.com
2. Department of Mathematics, Faculty of Basic Sciences, Ilam University, Ilam, Iran. Email: s.karimizad@ilam.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 30. 10. 2022

Revised: 26. 02. 2023

Accepted: 26. 02. 2023

Keywords:

Professional Communication,
Business Acceleration,
Entrepreneurial Ecosystem,
Entrepreneurial Synergy.

Some important challenges of small businesses are limited financial resources, lack of experience in starting a business, and lack of business knowledge. A strategy to solve the challenge of small businesses is to use the capacity of large companies. Also, one of the emerging and new trends in the development of cooperation between small businesses and large companies is the use of the cooperation acceleration model. The present research was an applied study in goal and was conducted by a qualitative method based on grounded theory. The participants included 11 managers and professors who were knowledgeable in the field of business acceleration selected by purpose-based sampling until reaching theoretical saturation. To validate the findings, the raw text of the interviews was reviewed by an external observer with expertise in qualitative grounded theory research to determine the similarity of the extracted themes. The results indicated that the categories (strategic goals and definition of a joint cooperation roadmap, formulation of cooperation models and strategies, agility of procurement and legal processes, appointment of corporate mentors, gradual experimental process, testing, and cooperation partnership) would accelerate cooperation. The main contribution of the research is to provide a practical and market-oriented model of cooperation between small businesses and large companies in the ecosystem of entrepreneurship whose application will contribute to developing entrepreneurship and economic growth in society.

Cite this article: Ahmadi, F., & Karimizad, S. S. (2023). Providing a Model for Accelerating the Collaboration Ecosystem of Small and Large Businesses. *Journal of Entrepreneurship Research*, 1 (2), 17-28.



DOI: [10.22034/JER.2022.563161.1010](https://doi.org/10.22034/JER.2022.563161.1010)

© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.

ارائه مدلی برای شتاب‌دهی زیست‌بوم همکاری کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ

فرهاد احمدی^۱ | سیده سارا کریمی‌زاد^۲

۱. نویسنده مسئول، معاون تسهیلگری صندوق کارآفرینی امید، تهران، ایران. رایانامه: dr.farhadahmadi@yahoo.com

۲. گروه ریاضی، دانشکده علوم پایه، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران. رایانامه: s.karimizad@ilam.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

از چالش‌های مهم کسب‌وکارهای کوچک محدودیت منابع مالی، عدم تجربه راه‌اندازی کسب‌وکار و فقدان دانش کسب‌وکار است. یکی از راهبردهای حل چالش‌های کسب‌وکارهای کوچک، استفاده از ظرفیت شرکت‌های بزرگ است. همچنین، یکی از گرایش‌های نوظهور و جدید توسعه همکاری کسب‌وکارهای کوچک با شرکت‌های بزرگ، استفاده از مدل شتاب‌دهی همکاری است. پژوهش حاضر بر مبنای هدف، کاربردی بود و با روش کیفی مبتنی بر راهبرد داده‌بنیاد انجام شد. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش شامل ۱۱ نفر، از مدیران و استادان مطلع در حوزه شتاب‌دهی کسب‌وکارها بودند که به روش نمونه‌گیری مبتنی بر هدف تا رسیدن به اشباع نظری برای مطالعه انتخاب شدند. برای اعتبارسنجی یافته‌ها، متن مصاحبه‌ها به صورت خام توسط یک ناظر بیرونی دارای تخصص در پژوهش‌های کیفی داده‌بنیاد، مورد بازنگری قرار گرفت، تا میزان مشابهت تم‌های استخراج‌شده مشخص شود. یافته‌های پژوهش، حاکی از آن بود که مقولات (اهداف استراتژیک و تعریف نقشه راه مشترک همکاری، تدوین مدل‌ها و استراتژی‌های همکاری، چابک‌سازی فرایندهای تدارکاتی و حقوقی، انتساب منتورهای شرکتی، فرایند تدریجی آزمایشی، آزمون و شراکت همکاری) منجر به شتاب‌دهی همکاری خواهد شد. دستاورد اصلی پژوهش حاضر، ارائه مدل کاربردی و بازار محور همکاری کسب‌وکارهای کوچک و شرکت‌های بزرگ در فضای زیست‌بوم کارآفرینی است که در نتیجه بهره‌گیری از آن توسعه کارآفرینی و رشد اقتصادی در جامعه رخ خواهد شد.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۰۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۱۲/۰۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۰۷

کلیدواژه‌ها:

ارتباطات حرفه‌ای،
شتاب‌دهی کسب‌وکار،
اکوسیستم کارآفرینی،
هم‌افزایی کارآفرینانه.

استناد: احمدی، فرهاد. و کریمی‌زاد، سیده سارا. (۱۴۰۱). ارائه مدلی برای شتاب‌دهی زیست‌بوم همکاری کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ. مجله پژوهش‌های کارآفرینی،

۱ (۲)، ۱۷-۲۸.

DOI: 10.22034/JER.2022.563161.1010



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام.

مقدمه

در سال‌های اخیر، موضوع توسعه کسب‌وکارهای کوچک، به طور فزاینده‌ای علاقه پژوهشگران و سیاست‌گذارانی که تأثیر مثبت آن را در توسعه اقتصادی به رسمیت می‌شناسند، به خود جلب نموده است (Mosey et al., 2017) کسب‌وکارهای کوچک به دلیل جدید بودن، با مشکلات عدیده‌ای از قبیل کمبود منابع مالی، نداشتن تجربه و اطلاعات کافی در مورد کسب‌وکار روبرو هستند (Gruber et al., 2008). از این رو، چنین کسب‌وکارهایی می‌بایست به دنبال راهکارهایی برای غلبه بر موانع پیشرو باشند (Weiblen & Chesbrough, 2015). یکی از منابع نوآوری خارجی که توجه بسیاری از سیاست‌گذاران توسعه کارآفرینی را به خود جلب نموده است، استفاده از ظرفیت شرکت‌های بزرگ است (Kohler, 2016). کسب‌وکارهای کوچک و شرکت‌های بزرگ دارای ساختار و ویژگی‌های متفاوت و منحصر به فردی هستند (Kohler, 2016). در همین راستا، ریم و اسپاتسکی (Ream & Schatsky, 2016) بیان می‌کنند که چهار عامل «تأمین مالی، متورینگ صنعت محور، منابع و مشتریان آینده» از عوامل کلیدی همکاری کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ هستند. همچنین، بررسی هارل و همکاران (Harlé et al., 2017) در بیش از ۴۰۰ همکاری کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ حاکی از آن است که حدود ۴۳ درصد کسب‌وکارهای کوچک، شرکت‌های بزرگ را به‌عنوان «شریک ارجح برای دستیابی به بازار» رتبه‌بندی نموده‌اند. از سوی دیگر اکثر کسب‌وکارهای کوچک، تأمین مالی (۸۰ درصد) و دسترسی به بازار (۶۱ درصد) را در میان نیازهای اصلی خود رتبه‌بندی نموده‌اند. در این راستا، اهمیت تأمین مالی در کسب‌وکارهای کوچک توسط بررسی‌های مستقل کریستیانسن (Christiansen, 2009) و کوهرل (Kohler, 2016) نیز مورد تأیید قرار گرفته است. مطالعات دیگر نیز اتصال به منابع مالی به همراه اعتبار ایجاد شده توسط شرکت‌های بزرگ، ساختار بوروکراتیک شرکت‌های بزرگ، تعارض اهداف واحدهای درون یک شرکت بزرگ، دسترسی کسب‌وکارهای کوچک به مشتریان شرکت بزرگ (Hagedorn & Thien, 2020)، دسترسی شرکت‌های بزرگ به بازار فروش، استفاده کسب‌وکارهای کوچک از ظرفیت متخصصان شرکت‌های بزرگ، امکان دریافت بازخورد از مشتریان و توسعه محصول کسب‌وکارهای کوچک، دسترسی شرکت‌های بزرگ به بازار، تقویت اعتبار کسب‌وکارهای کوچک (Heratri & Klang, 2019) را به‌عنوان مهم‌ترین مزیت همکاری برای کسب‌وکارهای کوچک برشمرده‌اند. از این رو، همکاری شرکت‌های بزرگ و کوچک منجر به شتاب‌دهی توسعه زیست‌بوم کسب‌وکار خواهد شد (Weiblen & Chesbrough, 2015). در طول دهه گذشته مدل‌های متنوعی از شتاب‌دهی همکاری کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ در نهادهای مالی و متولی توسعه کارآفرینی شکل گرفته است که این مجموعه‌ها در تلاش هستند تا بتوانند با تسهیلگری در فرایندهای همکاری منجر به توسعه و پایداری زیست‌بوم کسب‌وکارها شوند (Clayton et al., 2018). یکی از مدل‌های نوظهور که نقش مؤثری را در پرکردن شکاف بین زیست‌بوم کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ ایفا نموده، «شتاب‌دهی کسب‌وکار» است (Weiblen & Chesbrough, 2015). همچنین در ادبیات علمی داخلی کشور ایران، یکی از نقش‌های مهم سازمان‌های میانجی، واسطه‌گری در نوآوری و ایجاد پیوند بین اجزای نظام همکاری شرکت‌های بزرگ با بنگاه‌های کوچک است که منجر به یادگیری بازیگران از یکدیگر در فرایند توسعه محصول جدید و رسیدن به یک‌زبان مشترک، هم‌افزایی منابع و قابلیت‌ها جهت به‌کارگیری دانش فنی و توانایی‌های بنگاه جدید و پذیرش فناوری توسط شرکت صنعتی، تغییر نگاه آکادمیک بنگاه جدید به نگاه عملیاتی، فنی و صنعتی و همچنین، تغییر بینش شرکت صنعتی به توسعه فناوری، مدیریت ریسک، بازاریابی و بازاریابی خواهد شد (الیاسی و همکاران، ۱۳۹۰؛ بحرینی و همکاران، ۱۳۹۷). یکی از مسائل اصلی زیست‌بوم شتاب‌دهی کسب‌وکار، عدم پایداری و نرخ بالای شکست کسب‌وکارهای کوچک بوده و در گزارش سهولت انجام کسب‌وکار بانک جهانی، کشور ایران از میان ۱۹۱ کشور جهان در رتبه ۱۲۷ قرار گرفته است. همچنین، جایگاه منطقه‌ای ایران نیز در میان کشورهای موضوع سند چشم‌انداز با توجه به گزارش بانک جهانی رتبه ۱۶ از میان ۲۵ کشور است که از جایگاه نامناسب ایران حکایت دارد (World Bank Group, 2020). ادبیات تحقیق حاکی از آن است که علی‌رغم ایفای نقش مؤثر سازمان‌های

میانجی در قابلیت‌سازی و ایجاد ظرفیت جذب همکاری کسب‌وکارهای کوچک، همکاری زیست‌بوم کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ در کشور ایران کافی نبوده است و باید موضوعاتی از قبیل محیط نهادی مورد توجه بیشتر قرار گیرد (الیاسی و همکاران، ۱۳۹۰؛ بحرینی و همکاران، ۱۳۹۷). از این رو، یکی از مسائل اصلی شتاب‌دهی زیست‌بوم همکاری، این است که اغلب تحقیقات انجام شده در حوزه پیش‌ران‌ها و چالش‌های کسب‌وکارها بوده و مدل‌های شتاب‌دهی زیست‌بوم کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ مورد توجه جدی قرار نگرفته است. در این راستا، پژوهش حاضر باهدف ارائه مدلی برای شتاب‌دهی زیست‌بوم همکاری کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ طراحی و انجام شده است. از دستاوردهای کاربردی مدل مذکور، شکل‌گیری کسب‌وکارهای کوچک بازار محور و پایدار با حمایت و پشتیبانی شرکت‌های بزرگ است.

روش‌شناسی پژوهش

هدف پژوهش حاضر، ارائه مدلی برای شتاب‌دهی زیست‌بوم کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ و تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق با رویکرد کیفی و نظریه داده‌بنیاد است. روش داده‌بنیاد، این امکان را برای پژوهشگران فراهم می‌نماید که مازاد بر نظریات موجود، با تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، اقدام به تدوین نظریه نمایند. در این روش پژوهش، پس از گردآوری داده‌های تحقیق، مقولات، مفاهیم و مضمون‌ها شناسایی و به روابط آن‌ها پرداخته می‌شود؛ و در نهایت منتج به شکل‌گیری نظریه برای تبیین فرایندها خواهد شد (Strauss & Corbin, 2008). جامعه مورد مطالعه در این تحقیق، شامل ۱۱ نفر از مدیران و اساتید مطلع دارای حداقل سه سال سابقه کار در حوزه شتاب‌دهی کسب‌وکار بوده که به صورت نمونه‌گیری هدفمند تا رسیدن به اشباع نظری برای مطالعه انتخاب شدند. ابزار اصلی پژوهش، مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته بود. در این تحقیق از تکنیک کدگذاری نظریه داده‌بنیاد برای تحلیل داده‌های تحقیق استفاده گردید. برای این منظور، پس از انجام مصاحبه‌های عمیق با مشارکت‌کنندگان در تحقیق و کدگذاری گزاره‌های کلامی، مقولات اصلی و فرعی پژوهش استخراج و مدل شتاب‌دهی زیست‌بوم کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ استخراج شد. همچنین، قابلیت اطمینان یافته‌های تحقیق از طریق تکنیک‌های پژوهش کیفی بررسی شد (Creswell & Miller, 2000). در این راستا، با بررسی جامع و کامل مبانی نظری و پیشینه تحقیق، پرسش‌های تحقیق با استفاده از نظرات مشارکت‌کنندگان در تحقیق تهیه و مورد بازبینی قرار گرفت. جهت بالابردن راندمان و کارایی مؤثرتر تحقیق، از ظرفیت یک دستیار و خبرگان برای تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق استفاده گردید. برای بررسی پایایی تحقیق، متون مصاحبه به همراه شباهت تم‌های استخراج شده، توسط یک ناظر بیرونی مورد بررسی قرار گرفت که نشان داد کدگذاری در سطح قابل قبولی مورد تأیید ناظر و پژوهشگر است. همچنین، مفاهیمی که در زمینه آن‌ها اختلاف نظر وجود داشت، مورد بازبینی قرار گرفتند و سعی شد تا حد امکان اختلاف موجود از بین برود.

یافته‌ها

در جدول ۱، ویژگی‌ها و مشخصات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در پژوهش توصیف شده است. با توجه به یافته‌های پژوهش، سطح تحصیلات اکثر مصاحبه‌شوندگان کارشناسی با سه سال سابقه کار تجربی بود. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش با روش نظریه داده‌بنیاد از طریق کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. مطابق با اصول روش‌شناختی، کدها، مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با موضوع پژوهش، شناسایی گردید؛ و در نهایت با ترکیب مفاهیم، سیزده مفهوم و پنج مقوله اصلی استخراج شد. در جدول ۲، نمونه برخی از مصاحبه‌ها، مقوله‌های اصلی و فرعی ارائه شده است.

جدول ۱. مشخصات مشارکت‌کنندگان در پژوهش

ردیف	شغل و تخصص	تحصیلات	جنسیت	سابقه کار (سال)
۱	مدیر شتاب‌دهنده کسب‌وکار	کارشناسی ارشد	مرد	۶
۲	مدیر شتاب‌دهنده کسب‌وکار	کارشناسی ارشد	مرد	۳
۳	مدیر شتاب‌دهنده کسب‌وکار	دکتری	مرد	۵
۴	مدیر شتاب‌دهنده کسب‌وکار	کارشناسی ارشد	مرد	۵
۵	مدیر نهاد تأمین مالی کسب‌وکار	کارشناسی ارشد	زن	۴
۶	مدیر نهاد تأمین مالی کسب‌وکار	کارشناسی ارشد	مرد	۵
۷	مدیر نهاد تأمین مالی کسب‌وکار	دکتری	مرد	۸
۸	مدیر نهاد تأمین مالی کسب‌وکار	کارشناسی ارشد	زن	۷
۹	مدیر نهاد تأمین مالی کسب‌وکار	دکتری	مرد	۱۲
۱۰	اساتید مطلع توسعه کسب‌وکار	دکتری	مرد	۸
۱۱	اساتید مطلع توسعه کسب‌وکار	دکتری	زن	۵

جدول ۲. نمونه برخی از نقل‌قول‌ها، مقوله‌های فرعی و اصلی در پژوهش

مقوله اصلی	مقوله فرعی	متن مصاحبه	کد مصاحبه‌شونده
پایه همکاری	اهداف استراتژیک همکاری	«تجوه همکاری شرکت‌های بزرگ با کسب‌وکارهای کوچک به صورت شفاف و روشن مشخص شود»	۶، ۳، ۴، ۴
		«برنامه شفاف و روشنی میان شرکت بزرگ و کوچک برای همکاری تهیه شود»	۱۰، ۶، ۴
		«به صورت کاملاً روشن و شفاف مشخص شود که اهداف همکاری شرکت‌های بزرگ با کسب‌وکارهای کوچک در کدام حوزه است»	۷، ۵، ۲
		«شرکت‌های بزرگ با کسب‌وکارهای کوچک می‌توانند در حوزه‌های محصولات مکمل، توسعه بازار و یا اهداف با همدیگر همکاری داشته باشند»	۸، ۷، ۶
		«همکاری شرکت بزرگ و کوچک به گونه‌ای باشد که برای طرفین ایجاد ارزش متقابل کند»	۸، ۶، ۵، ۱
		«دسترسی به منابع، دسترسی به بازار و تأمین مالی از ضروریات همسویی اهداف همکاری است»	۹، ۶، ۲
		«اولویت‌های استراتژیک همکاری شرکت‌های بزرگ با کسب‌وکارهای کوچک، مشخص گردد»	۷، ۵، ۴، ۳
		«محیط چابک همکاری در شرکت‌های بزرگ می‌تواند یک عملکرد تخصصی یا مجموعه‌ای از شاخص‌های عملکرد کلیدی و نقاط تماس با کسب‌وکارهای کوچک را ایجاد کند»	۸، ۴، ۳، ۱
		«چابک‌سازی فرایندهای تدارکات، حقوقی و تأمین مالی شرکت‌های بزرگ منجر به توسعه همکاری با کسب‌وکارهای کوچک می‌شود»	۱۲، ۱۱، ۹
		«در همکاری شرکت‌های بزرگ با کسب‌وکارهای کوچک ضرورت دارد که ضمن شفافیت و ساده‌سازی روش‌های همکاری، قراردادها و فرایندهای همکاری با نظر طرفین سازگار باشد»	۹، ۳، ۲
«در فرایند مراحل همکاری شرکت‌های بزرگ با کسب‌وکارهای کوچک مکانیزم ساده‌سازی انجام گیرد»	۹، ۶، ۵		
محیط چابک همکاری	انتصاب منتورهای شرکتی	«از ظرفیت متخصصان و پرسنل ماهر شرکت‌های بزرگ به‌عنوان منتورهای شرکتی توسعه کسب‌وکارهای کوچک استفاده شود»	۱۰، ۲، ۱
		«منتورهای شرکتی می‌توانند با فراهم‌ساختن امکان اشتراک‌گذاری دانش و منابع، بین شرکت‌های بزرگ و کسب‌وکار کوچک نقش آفرینی کنند»	۱۲، ۱۱، ۸، ۳
		«منتورهای شرکتی به‌عنوان پل‌سازان همکاری شرکت‌های بزرگ با کسب‌وکارهای کوچک عمل می‌کنند»	۶، ۲، ۱
		«منتورهای شرکتی می‌بایست قادر به هدایت کسب‌وکارهای کوچک به سوی ساختار شرکت‌های بزرگ باشند»	۶، ۴، ۲

جدول ۲. نمونه برخی از نقل‌قول‌ها، مقوله‌های فرعی و اصلی در پژوهش

مقوله اصلی	مقوله فرعی	متن مصاحبه	کد مصاحبه‌شونده		
مشارکت مدیران شرکت بزرگ		«مشارکت مدیران شرکت‌های بزرگ در فرایند همکاری منجر به همسویی استراتژیک با کسب‌وکارهای کوچک می‌شود»	۹، ۸، ۶، ۴		
		«همکاری مدیران در فرایند همکاری باعث می‌شود که پشتیبانی بهتری از کسب‌وکارهای کوچک صورت گیرد»	۱۰، ۸، ۲، ۱		
		«مدیران شرکت‌های بزرگ می‌بایست سازوکاری فراهم کنند که واحدهای استراتژیک یک همکاری دوستانه با کسب‌وکارهای کوچک داشته باشند»	۹، ۶، ۴، ۲		
		«مشارکت واحدهای استراتژیک شرکت بزرگ منجر به همسویی همکاری واحدهای تخصصی با کسب‌وکارهای کوچک می‌شود»	۹، ۸، ۵، ۲		
		«مشارکت کارکنان در فرایند همکاری منجر به پشتیبانی بهتر کسب‌وکارهای کوچک می‌شود»	۸، ۶، ۲، ۱		
فرایند تدریجی همکاری		«واحدهای تخصصی شرکت‌های بزرگ از ابتدای انتخاب کسب‌وکارهای کوچک تا اتمام پروژه همکاری در فرایند همکاری حضور داشته باشند»	۵، ۴، ۳، ۲، ۱		
		«جهت کاهش ریسک میان شرکت بزرگ و کسب‌وکار کوچک ضروری است که طرفین در فاز اول همکاری از یک برنامه آزمایشی شروع کنند»	۹، ۸، ۶		
		«یکی از مزایای همکاری آزمایشی کاهش ریسک برای طرفین همکاری است»	۸، ۷، ۶		
		«پس از اعتبارسنجی و بهبود گزاره ارزش طرفین همکاری از طریق پروژه‌های کوتاه‌مدت آزمایشی، یک فرایند اعتماد تدریجی میان طرفین همکاری شکل می‌گیرد»	۹، ۶، ۵		
		«یکی از موضوعات مهم همکاری، طراحی قرارداد همکاری است»	۷، ۵		
		«ایجاد یک قرارداد که هم‌راستایی منافع شرکت‌های بزرگ با کسب‌وکارهای کوچک را تضمین نموده و تقسیم منصفانه ارزش ضروری است»	۹، ۲، ۱		
		«ساختار حرکت از همکاری آزمایشی به شراکت‌های رسمی به اهداف، منابع و بلوغ کسب‌وکارهای خرد و کوچک بستگی دارد»	۱۲، ۸، ۵		
		«به دلیل منحصربه‌فرد بودن شرایط همکاری شرکت بزرگ و کوچک، نمی‌توان نسخه واحدی برای همکاری تدوین نمود»	۱۱، ۶، ۵		
		همکاری آزمایشی و شراکت			

جدول ۳. توصیه‌های شتاب‌دهی همکاری کسب‌وکارهای کوچک با بزرگ

مقوله	مفهوم
پایه همکاری	اهداف استراتژیک همکاری
	تعریف نقشه راه مشترک همکاری تدوین مدل‌ها و استراتژی همکاری
محیط چابک	چابک‌سازی فرایندهای تدارکاتی و حقوقی همکاری انتصاب منتورهای شرکتی
	مشارکت مدیران و واحدهای استراتژیک شرکت بزرگ
آزمایش همکاری	اعتبارسنجی بازار ادغام اولیه
	همسویی اهداف متقابل
آزمودن همکاری	آزمایش مشتری و بازار توسعه مشترک همکاری
	ادغام
شراکت همکاری	تولید درآمد

پس از نهایی شدن کدگذاری مصاحبه‌های کیفی با مشارکت کنندگان در تحقیق، با تشکیل گروه کانونی متشکل از خبرگان تحقیق، توصیه‌های همگرا و سازگار شناسایی شده برای شتاب‌دهی توسعه همکاری کسب‌وکارهای کوچک با شرکت‌های بزرگ مورد بازبینی و تأیید قرار گرفت. در ادامه، از توصیه‌های همگرای مطروحه مورد تأیید خبرگان مطابق جدول ۳، به‌عنوان پایه ساختاری شتاب‌دهی شرکتی توسعه همکاری کسب‌وکارهای کوچک با شرکت‌های بزرگ مورد استفاده قرار خواهد گرفت. در نهایت، با استفاده از چارچوب نظری، ابزارها و توصیه‌های شتاب‌دهی در مرور ادبیات و نظر مشارکت‌کنندگان در پژوهش، فرایندهای شتاب‌دهی همکاری کسب‌وکارهای کوچک با شرکت‌های بزرگ شامل مراحل «پایه همکاری، محیط چابک همکاری، شراکت تدریجی همکاری» در یافته‌های پژوهش شناسایی گردید و مدل شتاب‌دهی زیست‌بوم همکاری شرکت‌های بزرگ با کسب‌وکارهای کوچک تدوین شد (شکل ۱).

بحث

باتوجه به اهمیت زیست‌بوم همکاری، پژوهش حاضر باهدف ارائه مدلی برای شتاب‌دهی زیست‌بوم همکاری شرکت‌های بزرگ با کسب‌وکارهای کوچک انجام شده است. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با جامعه مورد مطالعه منجر به شناسایی مقولات و همچنین روابط بین آن‌ها در قالب گام‌های شتاب‌دهی همکاری گردید. در خصوص مبانی نظری و پیشینه این پژوهش، نتایج برخی از این پژوهش‌ها با نتایج پژوهش حاضر هم‌پوشانی داشته‌اند. برای مثال ریم و اسپاتسکی (Ream & Schatsky, 2016) به عوامل کلیدی همکاری از قبیل «تأمین مالی، منتورینگ صنعت محور، منابع و مشتریان آینده» اشاره نمودند. همچنین، هاگردن و تین (Hagedorn & Thien, 2020)، اتصال به منابع مالی به همراه اعتبار ایجاد شده توسط شرکت‌های بزرگ، ساختار بوروکراتیک شرکت‌های بزرگ، تعارض اهداف واحدهای درون یک شرکت بزرگ، دسترسی کسب‌وکارهای کوچک به مشتریان شرکت بزرگ اشاره نمودند. هریترا و کلاگ (Heratri & Klang, 2019) به مهم‌ترین مزایای همکاری از قبیل دسترسی شرکت‌های بزرگ به بازار فروش، استفاده کسب‌وکارهای کوچک از ظرفیت متخصصان شرکت‌های بزرگ، امکان دریافت بازخورد از مشتریان و توسعه محصول کسب‌وکارهای کوچک، دسترسی شرکت‌های بزرگ به بازار، تقویت اعتبار کسب‌وکارهای کوچک اشاره نمودند. همان‌گونه که در پژوهش‌ها مشاهده می‌شود محققان، به‌صورت کلی بر چالش‌ها و پیشران‌های همکاری پرداخته و به ارائه مدلی مستجم برای تشریح گام‌های شتاب‌دهی زیست‌بوم همکاری شرکت‌های بزرگ با کسب‌وکارهای کوچک پرداخته نشده است که پژوهش حاضر در جهت رفع محدودیت‌های پیشین، یک مدل نظری جدید در حوزه شتاب‌دهی زیست‌بوم همکاری ارائه نمود. گام‌های مدل شتاب‌دهی زیست‌بوم همکاری کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ شامل (اهداف استراتژیک و نقشه راه همکاری، مدل‌ها و استراتژی‌های همکاری، چابک‌سازی فرایندهای تدارکاتی و حقوقی همکاری، انتصاب منتورهای شرکتی، شراکت تدریجی «آزمودن، آزمایش، شراکت همکاری») است. اولین گام مدل شتاب‌دهی کسب‌وکارهای کوچک با شرکت‌های بزرگ شامل برنامه‌های مربوط به «اهداف استراتژیک و نقشه راه همکاری» است که ضرورت دارد در سطح بسیار مهم و راهبردی مورد بررسی قرار گیرد، تا از پایداری یک همکاری اطمینان حاصل گردیده و به‌صورت شفاف و روشن مسیر همکاری کسب‌وکارها ترسیم شود. به دلیل دیدگاه‌های متفاوت نسبت به مسیر برنامه همکاری، در صورتی که اهداف و نقشه راه همکاری به‌صورت روشن و شفاف مشخص نگردد، موجب به‌وجود آمدن مسائل عدیده در همکاری خواهد شد؛ بنابراین، در شروع برنامه همکاری شرکت‌های بزرگ و کوچک می‌بایست از یک همکاری کم‌ریسک آزمایشی به‌سوی یک همکاری پرریسک دائمی حرکت کرد. از دیگر موارد استراتژیک همکاری در جریان قرارگرفتن و ابلاغ موضوع همکاری با کسب‌وکارهای کوچک به واحدهای شرکت بزرگ جهت توسعه و شتاب‌دهی همکاری است.



شکل ۱. مدل شتاب‌دهی زیست‌بوم همکاری شرکت‌های بزرگ با کوچک

دومین گام شتاب‌دهی کسب‌وکارهای کوچک با شرکت‌های بزرگ شامل برنامه‌های مربوط به «مدل‌ها و استراتژی‌های همکاری» است که می‌بایست با در نظر گرفتن عایدات مالی و ایجاد ارزش برای طرفین همکاری تهیه شود. کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ با هم‌اندیشی و برگزاری جلسات مشترک فنی، مالی و اقتصادی اقدام به شناسایی مدل‌ها و استراتژی‌های همکاری خواهند کرد؛ به‌گونه‌ای که این همکاری‌ها برای توسعه مجموعه طرفین مؤثر باشد. از ضروریات شناسایی و توسعه مدل‌های همکاری، آشنایی مدیران و کارکنان استراتژیک شرکت‌های بزرگ و کسب‌وکارهای کوچک با فرایند همکاری شرکت-های یکدیگر است. از این‌رو، ضروری است که یک بسترسازی مناسب جهت همکاری کارکنان شرکت بزرگ با کسب‌وکارهای کوچک شکل گیرد که کارکنان واحدهای استراتژیک به‌راحتی با کسب‌وکارهای کوچک همکاری داشته باشند و ارتباط برقرار نمایند. شایان‌ذکر است انتصاب و آموزش منتورهای شرکتی شرکت‌های بزرگ به فرایند شتاب‌دهی همکاری با کسب‌وکارهای کوچک کمک خواهد کرد.

سومین گام شتاب‌دهی کسب‌وکارهای کوچک با شرکت‌های بزرگ شامل برنامه‌های مربوط به «چابک‌سازی فرایندهای تدارکاتی و حقوقی همکاری» است که می‌بایست در سطح بسیار مهمی مورد بررسی قرار گیرد. نتایج تحقیق حاکی از آن بود که اکثر شرکت‌های بزرگ به‌منظور حفاظت از خود در مسائل حقوقی و تدارکاتی در برابر کسب‌وکارهای کوچک سخت‌گیری نموده و یکی از دلایل اصلی طولانی‌بودن فرایندهای همکاری به‌حداقل‌رساندن ریسک‌های همکاری است. نتایج یافته‌های تحقیق حاکی از آن بود که یکی از سطوح پریسک همکاری شرکت‌های بزرگ و کوچک در حوزه ارتباط با مشتریان و بازار است. از این‌رو، جهت کاهش ریسک و بالا بردن اعتماد، شرکت‌ها می‌توانند با طراحی و تدوین یک رابطه تدریجی از فرایندهای همکاری تدارکاتی، مالی و حقوقی کم‌ریسک به‌سوی فرایندهای پریسک‌تر حرکت کنند؛ لذا ضروری است که قراردادهای همکاری از سطح ساده و مقدماتی در مراحل آزمایشی همکاری به‌سوی قراردادهای رسمی‌تر تدوین شود. از نکات کلیدی و استراتژیک یافته‌های تحقیق این است که قراردادهای همکاری بر اساس سطح درگیری کسب‌وکارهای کوچک با مشتریان شرکت‌های بزرگ تعیین می‌شود. در مرحله شراکت، شرکت‌های بزرگ و کوچک می‌توانند به‌سوی یک قرارداد رسمی و پایدار همکاری حرکت کنند. در نهایت، ضروری است که یک رویکرد تقسیم فرایندهای همکاری بر اساس ریسک مدنظر قرار گرفته و بر اساس اعتماد و اعتبار طرفین در فرایند همکاری توسعه یابد. این مدل پیشروی ریسک مرحله‌ای، می‌تواند به‌عنوان هسته برنامه شتاب‌دهی همکاری در نظر گرفته شود.

چهارمین گام شتاب‌دهی کسب‌وکارهای کوچک با شرکت‌های بزرگ شامل برنامه‌های مربوط به «انتصاب منتورهای شرکتی» است. از این‌رو، ضروری است که شرکت‌های بزرگ در انتخاب و انتصاب همکاری با ظرفیت منتورینگ شرکتی با روحیات کارآفرینانه برای هدایت و تسهیلگری کسب‌وکارهای کوچک در فرایند همکاری با شرکت بزرگ دقت کافی داشته باشند و منتورهای مذکور در شروع برنامه همکاری از فرایندها و شرایط همکاری آگاهی کافی داشته و در جریان مدل و نقشه راه همکاری داشته باشند. همچنین، علاوه بر نقش منتورینگ می‌بایست سازوکاری فراهم شود که مدیران و سایر کارکنان واحدهای استراتژیک شرکت‌های بزرگ، زمان بیش‌تری برای پشتیبانی و توسعه همکاری با کسب‌وکارهای کوچک صرف کنند.

پنجمین گام شتاب‌دهی کسب‌وکارهای کوچک با شرکت‌های بزرگ شامل «شراکت تدریجی (آزمایشی، آزمون، شراکت)» است. از آنجا که هدف از فرایند تدریجی همکاری، جلوگیری از حفاظت فعالیت‌های دارای ریسک است، این مدل می‌تواند به‌عنوان واحد ساختاری برنامه همکاری در نظر گرفته شود. هدف از فرایند تدریجی، حرکت از یک رابطه موقت کم‌تر رسمی به‌سوی یک رابطه پایدار با رسمیت بیش‌تر و ریسک بالاتر است. مدل همکاری شرکت‌های بزرگ و کوچک می‌بایست به‌گونه‌ای باشد که سطوح ریسک و همکاری بر اساس کیفیت محصول و منافع مشتری اولویت‌بندی شود. در سطوح اولیه همکاری، شرکت‌های بزرگ عملکرد همکاری کسب‌وکارهای کوچک را در ارتباط با مشتریان مورد بررسی و تحلیل قرار داده و در صورت

موفقیت به‌سوی گام‌های با ریسک و درگیری بیش‌تر با مشتریان پیشروی خواهد کرد. از این‌رو، جهت توسعه اعتماد طرفین در همکاری از روابط موقت و غیررسمی به‌سوی روابط بلندمدت‌تر و پایدارتر حرکت می‌شود. همان‌طور که ورود کسب‌وکارهای کوچک به مرحله آزمودن همکاری منجر به درگیری بیش‌تر مشتریان می‌شود، ضروری است که در سازوکارهای محافظت از برند شرکت‌های بزرگ در درگیری کسب‌وکارهای کوچک با مشتریان طراحی شود. در مرحله آزمودن همکاری، آزمایش‌ها روی محصول توسط مشتریان و آزمایش کیفیت مناسب انجام شده و کسب‌وکارهای کوچک را برای شراکت رسمی با شرکت‌های بزرگ آماده می‌کند. بسته به نوع محصول و مشتری هدف، ممکن است شکل آزمایش‌ها متفاوت باشند. هدف، تأیید تقاضا برای محصول و نیز کیفیت است. درحالی‌که ریسک این نوع فعالیت در مقایسه با مقیاس فروش کامل به میزان قابل‌توجهی کم‌تر است، ریسک محبوبیت برای برند شرکت‌های بزرگ وجود دارد. برای واجد شرایط بودن در مرحله آزمودن، محصول پیشنهادی باید برای آزمایش خارجی آماده و اعتبار آن مورد تأیید بازار قرار گیرد.

در گام آخر شراکت همکاری، شرکت‌های بزرگ و کسب‌وکارهای کوچک به شرکای رسمی همدیگر تبدیل شده و با اعتماد طرفین در حوزه‌های خریدوفروش و ارائه خدمات و محصولات و ارتباط با مشتریان در سطح بسیار بالا همکاری دارند. یکی از نقاط استراتژیک توسعه فرایندهای همکاری «کیفیت محصول» است که منجر به درگیرشدن مشتریان خواهد شد و یک منبع بزرگ ریسک در همکاری است. از این‌رو، در صورتی در فرایندهای همکاری، توسعه ایجاد می‌شود که میان ریسک و کیفیت یک تعادل برقرار شود و شرکت‌های بزرگ با بررسی بازار، اعتبار کسب‌وکارهای کوچک را مورد تحلیل قرار دهند.

نتیجه‌گیری

باتوجه‌به اهمیت زیست‌بوم شتاب‌دهی همکاری شرکت‌های بزرگ با کسب‌وکارهای کوچک، پژوهش حاضر باهدف ارائه مدلی برای شتاب‌دهی زیست‌بوم همکاری با روش کیفی مبتنی بر راهبرد داده‌بنیاد طراحی و انجام شد. نتایج تجزیه‌وتحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با جامعه مورد مطالعه منجر به شناسایی مقوله‌های فرعی و محوری و همچنین روابط بین آن‌ها در قالب مدل شتاب‌دهی زیست‌بوم شرکت‌های بزرگ و کسب‌وکارهای کوچک شامل گام‌های شتاب‌دهی اهداف استراتژیک و نقشه راه همکاری، مدل‌ها و استراتژی‌های همکاری، چابک‌سازی فرایندهای تدارکاتی و حقوقی همکاری، انتصاب منتورهای شرکتی، شراکت تدریجی «آزمودن، آزمایش، شراکت همکاری» گردید. نتیجه اصلی این پژوهش بر اساس مدل ارائه شده، در صورت تعریف اهداف و نقشه راه شتاب‌دهی به همراه چابک‌سازی فرایندهای همکاری و اطلاع‌رسانی به مدیران و کارکنان طرفین همکاری، قطعاً یک زیست‌بوم همکاری کاربردی و بازار محور میان شرکت‌های بزرگ و کسب‌وکارهای کوچک خواهد بود. بنابراین، به سیاست‌گذاران آموزشی و دولتی توصیه می‌شود که از این مدل به عنوان پایه‌ای برای توسعه و پویایی زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی استفاده شود.

منابع

الیاسی، مهدی، کزازی، ابوالفضل. و محمدی، محمد. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر تنظیم محیط نهادی بر اثربخشی همکاری‌های فناورانه در صنایع هوافضایی کشور با تأکید بر نقش سازمان‌های میانجی. *بهبود مدیریت*، ۵ (۲)، ۱۵۸-۱۳۹.

بحرینی زارج، محمدعلی، مینی دهگردی، علی. و میگون پوری، محمدرضا. (۱۳۹۷). نقش بنگاه جدید فناوری در توسعه محصول مشترک با شرکت صنعتی. *توسعه کارآفرینی*، ۱۱ (۱)، ۵۹-۴۱.

Christiansen, J. (2009). *Copying Y Combinator, a framework for developing seed accelerator programmes*. MBA Dissertation at Judge Business School and Jesus College, Cambridge.

- Clayton, P., Feldman, M., & Lowe, N. (2018). Behind the scenes: intermediary organizations that facilitate science commercialization through entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 32 (1), 104-12.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sag.
- Creswell, J. W., & Miller, D. L. (2000). Determining validity in qualitative inquiry. *Theory into Practice*, 39(3), 124-131.
- Gruber, M., MacMillan, I. C., & Thompson, J. D. (2008). Look before you leap: Market opportunity identification in emerging technology firms. *Management Science*, 54 (9), 1652-1665.
- Hagedorn, S., & Thien, R. (2020). *Corporate Accelerator-A study exploring CA program conditions to foster more successful startup and corporate engagement*. Master's Thesis, Jönköping University, Jönköping, Sweden.
- Harlé, N., Soussan, P., & Tour, A. (2017). *From Tech to Deep Tech [ONLINE]*. Available at: <http://media-publications.bcg.com/from-tech-to-deep-tech.pdf> [Accessed 12 July 2017].
- Heratri, N., & Klang, C. (2019). *Collaboration between startups and corporations: A Startup perspective*. Master's Thesis, Chalmers University of Technology, Gothenburg, Sweden.
- Kohler, T. (2016). Corporate accelerators: Building bridges between corporations and startups. *Business Horizons*, 59 (3), 347-357.
- Mosey, S., Guerrero, M., & Greenman, A. (2017). Technology entrepreneurship research opportunities: insights from across Europe. *The Journal of Technology Transfer*, 42(1), 1-9.
- Ream, J., & Schatsky, D. (2016). *Corporate accelerators*. Deloitte University Press. Available at: <http://www.andi.com.co>
- Weiblen, T., & Chesbrough, H. W. (2015). Engaging with startups to enhance corporate innovation. *California Management Review*, 57 (2), 66-90.
- World Bank Group. (2020). *Doing Business*. Economy Profile of Iran, Islamic Re. Available at: <https://otaghiranonline.ir/UFiles/Docs/2019/10/26/Doc2019102613080642.pdf>

