

## عنوان مقاله:

تجزیه و تحلیل نحوه همکاری شرکت های نوپا (استارتاپ) با شرکت های بزرگ

## محل انتشار:

فصلنامه تخصصی رشد فناوری، دوره 17، شماره 65 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

مجتبی ناهید - دانشگاه آزاد اسلامی قزوین. ایران

محمدحسن مقدسی - موسسه آموزش عالی ارشاد دماوند، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

در حال حاضر نوآوری مستلزم به دست آوردن و حفظ مزیت رقابتی در شرکت ها است. این روند عمدت ناشی از چرخه توسعه سریع فناوری ها می باشد. شرکت های بزرگ نیز با هدف بقاء در فضای رقابتی. می بایست در بکارگیری نوآوری در بخش های مختلف سازمان خود تلاش نمایند. بنابراین مساله انطباق پذیری خصوصا در مورد معرفی مدل نوآوری از اهمیت زیادی برخوردار است. می توان اینگونه فرض کرد که همکاری بین نهادها در مراحل مختلف توسعه کسب وکار اهمیت روزافزونی دارد و شرکت های بزرگ مایل به تعامل با شرکت های نوپا (استارتاپ) هستند. این تعامل به شرکت های نوپا این امکان را می دهد تا بر مشکلاتی که در مراحل اولیه توسعه ظاهر می شوند. غلبه کنند و در طرف دیگر ورود نوآوری برای شرکت های بزرگ موجب افزایش رقابت پذیری در قیاس با سایر شرکت ها و در نتیجه افزایش سهم بازار آن ها می گردد. هدف از این مقاله. تجزیه و تحلیل روش های همکاری بین شرکت های بزرگ و شرکت های نوپا به خصوص برای بررسی نیازهای نوآوری در اقتصاد است. برای این مهم از روش تحقیق کتابخانه ای ساختاریافته و مطالعه عمیق ادبیات موجود در مقالات و کتب مرتبط استفاده شده است. این همکاری می تواند اشکال مختلفی داشته باشد که در این مقاله مورد بررسی قرار گرفته که مربوط به فعالیت های شتاب دهنده کسب وکار خلق مشترک. برندسازی مشترک تصاحب شرکت. خرید- استخدام و نوآوری باز می باشد. در نهایت با بررسی از هر یک از این روش های همکاری نتیجه گرفتیم که همکاری به هر روشی می تواند برای هر دو طرف بسیار مفید بوده و نکات مهمی وجود دارد که می بایست از پیش و در حین همکاری مورد توجه قرار گیرند تا در نهایت هر دو شرکت از رابطه ایجادشده بهره مند گردند.

## کلمات کلیدی:

فعالیت های شتاب دهنده کسب و کار، توسعه مشترک، برند سازی مشترک، تصاحب شرکت، خرید- استخدام، نوآوری باز

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1556562>

