دمج الابتكار في الشركات الناشئة مع طموح الشركات الكبرى

النسخة الأولى

| للشركات الكبرى، الشركات العائلية، رأس المال المغامر، الحكومات والأكاديميين.

jabr

عزيزي القارئ،

بينما يشهد مشهد الشركات الناشئة توسّعاً ملحوظاً، تعمل شركة الجبر على نحوٍ وثيق مع مختلف المساهمين في عالم الأعمال الرائدة والناشئة في المنطقة. ونظراً للدور الفاعل الذي لعبناه في تطوير الشركات الناشئة خلال الأعوام الماضية، يكمن أحد أهدافنا في تسريع وتيرة الابتكار في الشركات الناشئة من خلال توطيد جسور التعاون بين الشركات الكبرى والشركات الناشئة. ورغم فهمنا العميق للتحديات المرتبطة بهذا النهج، إلا أننا ندرك الفرص اللامحدودة المترتبة عليه.

يتمثل دورنا الحيوي في تقليص الفجوة بين طموح الشركات والمرونة والسرعة التي تمنحها الشركات الناشئة لتطور الأعمال. وعندما يتم ربط هذين الجانبين، مع تزويدهما بالأدوات والمنهجيات الصحيحة، نستطيع أن نخلق قوة ابتكارية لا يمكن التهاون بها، قوة تقود الصناعات إلى الأمام، نحو مستقبل واعد.

من خلال الاستثمارات إلى الشراكات، وحتى الدمج والاستحواذ، سنشرح لكم كيفية تفعيل الابتكار في الشركات من خلال أمثلة من الحالات العالمية والإقليمية. نحن نؤمن بأن منطقتنا الجغرافية قادرة على أن تكون رائدة في المنتجات والخدمات والحلول المبتكرة التي تسهم في تحسين حياة الناس. تمثل هذه الورقة البحثية أحدث جهودنا الهادفة لتحقيق ذلك.

بكل تفانٍ،

فريق الابتكار والشراكات - الجبر

jabr

المحتوى

الملخص التنفيذي ٠٤

القسم ال١ : تشغيل الشركات الناشئة ٠٦

الهدف من هذه الورقة البحثية ٠٧

نظرة على مشهد الشركات الناشئة ١٠

هل يوجد خيط رفيع بين الشركات الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة؟ ١١

كيفية عمل الشركات الناشئة باختصار ١٣

منهجيات تقييم الشركات الناشئة ١٤

القسم ال٢ : التعاون مع الشركات الناشئة ١٦

لماذا ينبغي التعاون مع الشركات الناشئة؟ ١٧

التعاون بين الشركات والشركات الناشئة ١٩

أهداف الشركات وأنواع برامج الشراكات ٢٣

القسم ال٣ : منهجيات الشركات ٢٤

أفضل المنهجيات للشركات ٢٥

الخاتمة ٢٩

المصادر ٣١

عن الجبر ٣٢

الملخص التنفيذي

بعد التعامل مع العديد من الشركات الكبيرة وآلاف الشركات الناشئة خلال السنوات القليلة الماضية، أدركنا - في شركة الجبر - الأهمية التي يشكلها التفاعل بين الشركات الكبيرة والناشئة. وبالنسبة لنا، هذا الأمر يُشكّل حاجة ملحّة للغاية. خلال هذه الفترة، قمنا بالبحث حول عدد من المناهج التي قد تمكّن الشركات الكبيرة من خلق علاقة عمل فعّالة ومثمرة مع الشركات الناشئة. يُركز القسم الأول على مشهد الشركات الناشئة: ماهيّة الشركات الناشئة وكيف تختلف عن الشركات الصغيرة والمتوسطة؟ خصائص وكيفية تقييم الشركات الناشئة، وكيف يمكن للشركات الكبيرة التفاعل والتعاون معها. يتضمن القسم الثاني أنواعًا وأهدافًا مختلفة تسهم في مواءمة هذا التعاون، ومنها: ثقافة الشركات الرائدة في عالم الأعمال. منتجات وخدمات وشركاء جدد. حلول للتحديات. قيادة الطريق نحو الصناعات المستقبلية. ومع مراعاة الفرق بين الشركات الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة، توجد **(5) طرق مؤثرة** ارتأينا أن الشركات الكبيرة والشركات العائلية الرائدة يمكنها من خلالها التعاون مع الشركات الناشئة، وهي:

- **مسرعات الشركات.**
- **رؤوس أموال الشركات (CVCs).**
- **الاندماج والاستحواذ للشركات الناشئة.**
- **ماراثونات الابتكار للشركات.**
- **التعاون بين الشركات الناشئة والشركات العائلية.**

يُركز **القسم الأول** على مشهد الشركات الناشئة: ماهيّة الشركات الناشئة وكيف تختلف عن الشركات الصغيرة والمتوسطة؟ خصائص وكيفية تقييم الشركات الناشئة، وكيف يمكن للشركات الكبيرة التفاعل والتعاون معها.

يتضمن **القسم الثاني** أنواعًا وأهدافًا مختلفة تسهم في مواءمة هذا التعاون، ومنها: ثقافة الشركات الرائدة في عالم الأعمال. منتجات وخدمات وشركاء جدد. حلول للتحديات. قيادة الطريق نحو الصناعات المستقبلية. ومع مراعاة الفرق بين الشركات الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة.

يتضمن **القسم الثالث** أفضل الممارسات والنهج الملاحظة خلال الأعوام الماضية والتي يتوجب على الشركات أخذها بعين الاعتبار عند العمل مع الشركات الناشئة، وهي: دمج/تجذير الابتكار في هوية الشركة. التخطيط للتجارب والاختبارات التجريبية. اعتماد مبدأ الصراحة مع الشركات الناشئة. إنشاء حلقة التواصل. تقييم عملية توثيق المستندات في الشركات الناشئة.

ولكن، ما أهمية ذلك؟

لقد وجدنا أن الشركات الرائدة التي تتعامل مع الشركات الناشئة تمتلك **فرصة أكبر لخلق قيمة طويلة الأمد مع المساهمين، وذلك من خلال الابتكار**. وغالبًا ما يتم تحقيق ذلك من خلال نهج يتبنى أهمية التواصل مع مختلف الشركات الناشئة بطريقة عمل تساهم في تقليل المخاطر. وبرغم وجود عدد من التحديات في مواءمة العملية الداخلية البطيئة للشركات مع التسارع المنهجي الذي تتميز به الشركات الناشئة، إلا أن تطبيق هذه المنهجيات، بطريقة ممنهجة ومحكمة، سينتج تأثيرًا إيجابيًا للشركات الكبيرة

القسم الا

التشغيل في الشركات الناشئة

ما هي هذه الورقة البحثية

تتناول هذه الورقة فهم التعاون بين الشركات الناشئة والشركات الكبيرة

يتناول القسم الأول من الورقة مشهد الشركات الناشئة ويسلط الضوء على القيمة التي يمكن أن يجلبها التعاون بين الشركات الكبيرة والشركات الناشئة. وفي القسم الثاني، يتم استعراض أنواع وأهداف التعاون التي تواءم هذه العلاقة، بالإضافة إلى تقديم توجيهات داعمة لمختلف أنواع الشركات والمؤسسات حول كيفية التعاون مع الشركات الناشئة.

التطور!

تشير الإحصائيات إلى أن أكثر من 92% من الشركات تتعاون مع الشركات الناشئة بهدف الانخراط في التقنيات الحديثة وفتح منافذ إبتكارية جديدة من خلال هذه التعاونات. تمتثل هذه النسبة لتفهم أهمية التعاون مع الشركات الناشئة في تحقيق التطور والابتكار في مجالات متعددة. *

*تقرير من شركة ٥٠٠ العالمية

”في تاريخ البشرية الأزليّ، اِنتصر من أدرك أهمية التعاون والتطور“

| تشارلز داروين

نظرة على مشهد الشركات الناشئة

الشركات الناشئة هي مشاريع صغيرة واعدة تأسست على يد رواد أعمال واحد أو أكثر، الذين تعاونوا على تطوير منتج مميز ومختلف، أو خدمة مبتكرة، لإطلاقها في السوق. تتسم هذه الشركات بأنها تُدار بميزانية ضئيلة للعمليات التشغيلية، حيث يأتي رأس مالها من مصادر محدودة ومتنوعة، مثل العائلة، الأصدقاء، أو المستثمرين المبتدئين. في البداية، يواجه رواد الأعمال التحدي الأساسي لإثبات قيمة الخدمات التي يقدمونها للمستثمرين. ومن هنا ينبعث خطر محتمل يُواجهه المؤسسون والمستثمرون.

الهدف الرئيسي للمشاريع الناشئة يتمثل في تحقيق النمو والتوسع لتغطية مجموعة متنوعة من الأسواق. في الأعوام الحالية، أصبحت الشركات الناشئة لها دور فعّال ومؤثر في التطور الاقتصادي والاجتماعي. تُقدم هذه الشركات الجديدة فرصًا لتحويل الصناعات المحلية وحتى تغيير الواقع الاقتصادي بشكل عام. في بعض الحالات، تُحدث تلك الشركات تغييرًا جذريًا في المشهد الاقتصادي وتساهم في تسريع وتيرة التطور في مختلف الصناعات، من خلال اعتماد تقنيات ونهج جديدة ومبتكرة.

وبهذا، تصبح الشركات الناشئة كقوةٍ تسونامية، مستعدة للإشاعة بتأثيرها الجبّار على الصناعات المختلفة، ما يجعل تعاون الشركات الكبيرة معها أمرًا حيويًّا لاجتذاب فوائد التقنيات الحديثة وتفعيل عمليات الابتكار

> تمثل الشركات الناشئة قوة تسونامّية جبارة على وشك أن ترتطم بصناعتك.

هل يوجد خطٌ رفيع بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة؟

في الحقيقة، يوجد اختلافٌ شاسع بين الشركات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. أحد العوامل المؤثرة في هذا الاختلاف هو حجم المخاطر المرتبطة بالشركات الناشئة، وكذلك قدرتها على النجاة في السوق وزيادة جاذبيتها للاستثمار وجمع الأموال. مع مراعاة هذه العوامل، يتضح أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عادةً تشهد نموًا أفقيًا مستدامًا، في حين تحتاج الشركات الناشئة إلى نمو تصاعدي للبقاء في السوق، حيث تركز على الانتشار وزيادة شهرتها.

تحقيق هذا النمو التصاعدي يتطلب من الشركات الناشئة النمو في أسواقٍ متعددة أو من خلال توسيع قاعدة عملائها. من المتوقع أن تكتسب المؤسسات الناشئة قيمتها في مراحل مبكرة من تأسيسها، بينما تكون الشركات الناشئة غالبًا غير ربحية في مراحلها الأولى ولديها قيمة أولية ضعيفة، مما يزيد من مخاطر الاستثمار فيها. ومع ذلك، إذا نجحت الشركات الناشئة في تحقيق النجاح، فإن العوائد الربحية قد تكون كبيرة.

"إحصائية: 77 من 100 من الشركات الكبرى تعاونت مع الشركات الناشئة وأجرت تجارب معها. "

بناءً على استبيان تم مع 50 شركة ناشئة ل100 مدير تنفيذي في أقسام تتابع الابتكار في مجالات مثل الصحة، التجزئة، والمالية.

كيفية عمل الشركات الناشئة باختصار

لضمان تفاعل وتعاون فعّال بين الشركات والشركات الناشئة، يجب على الشركات فهم كيفية عمل الشركات الناشئة وخصائصها المتغيرة حسب مرحلة التطوير. تتأثر المخاطر والاحتياجات والاستثمارات بالمرحلة التي تمر بها المشروع. تتنوع أنماط الدعم المقدمة للمشاريع الناشئة، حيث تلجأ إلى الانضمام للحاضنات لتسريع نموها والاستفادة من الدعم والمساحات المكتبية. الحاضنات أحيانًا توفر رأس المال الأولي أيضًا.

يقدم مستثمرو رأس المال والمستثمرون الملائكة دعمًا ماليًا واستشاريًا للمشاريع الناشئة، وبالمقابل يحصلون على نسبة من الأرباح. تُخول هذه النسبة لهم تقييم المشروع وفهم قيمته وفقًا لمرحلته التشغيلية. يجب أن تفهم الشركات الكبيرة كيف يؤثر هذا على أسس تشغيل الشركات الناشئة.
فهم هذه الجوانب أمر حيوي للتعاون الفعال، حيث يمكن أن يؤدي عدم فهمها إلى تبعات سلبية وفشل الشركات الناشئة. يجب توضيح هذه النقاط في بداية التعاون لتحقيق نجاح مشترك وأثر إيجابي للجميع.
تفاصيل أكثر ستتناولها الصفحات التالية.

لتقييم الشركات الناشئة

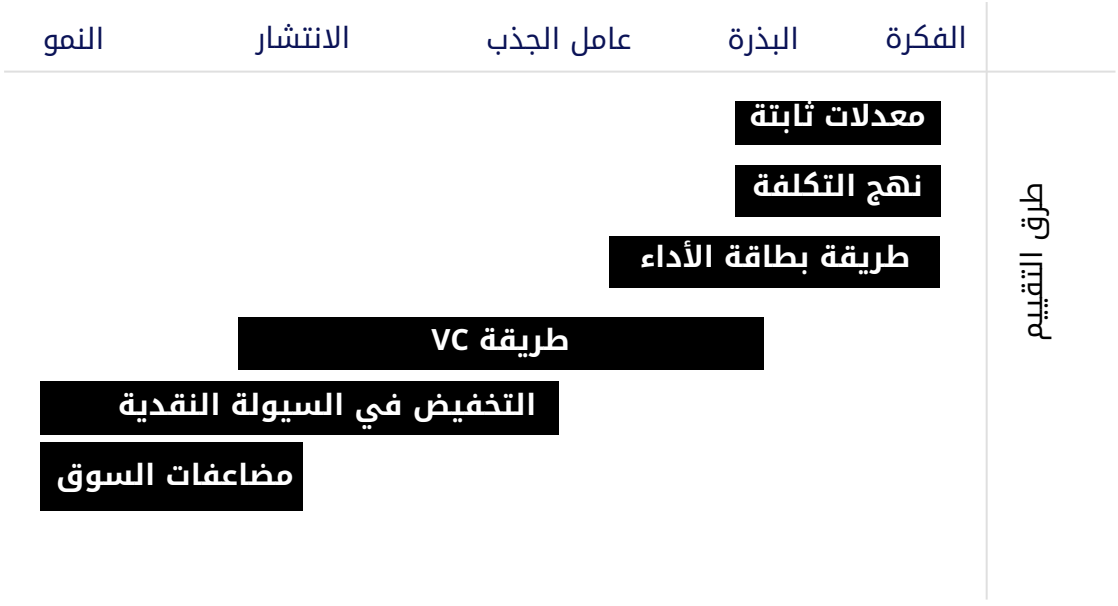
الشكل 1.1: خصائص مراحل الشركات الناشئة

	الفكرة	البذرة	عامل الجذب	الانتشار	النمو
السيولة النقدية	لا ينطبق	سلبي	سلبي	إيجابي	سلبي
إثبات الفكرة	لا ينطبق	لا ينطبق	✓	✓	✓
التاريخ المالي	لا ينطبق	لا ينطبق	محدود	✓	✓
التوقع المالي	لا ينطبق	لا ينطبق	محدود	✓	✓

لتقييم الشركات الناشئة

لتقييم الشركات الناشئة، لابد من الأخذ بالاعتبار العوامل المُضمنة في الشكل السابق (الشكل 1.1)، حيث أنه يتضمن أفضل الطرق المعروفة التي يمكن من خلالها تقييم الشركات الناشئة بناءً على مرحلتها التشغيلية:
الشكل 1.2: طرق تقييم الشركات الناشئة

الشكل ١.٢: طرق تقييم الشركات الناشئة



VC: Ventures Capital
شركات الاستثمار الجريء

القسم الـ٢

التعاون مع الشركات الناشئة

لماذا ينبغي التعاون مع الشركات الناشئة؟

أصبح اعتماد نهج الابتكار المفتوح، والنظر إلى "النافذة العالمية" التي تستخدم المؤسسات فيها أفكارًا خارجية بجانب الأفكار الداخلية، وتبني طرق خارجية للتسويق، أمرًا مهمًا للمؤسسات التي تسعى لتوسيع استفادتها من البحث والتطوير الداخلي المحدود. وبالنسبة للشركات الرائدة التي تعتمد على التفكير المتقدم، فإنها تدرك أن الأفكار الواعدة لا تنشأ بالضرورة من عوامل داخلية في الشركة. وهنا تأتي أهمية الاستفادة من تجارب ناجحة في كيفية التعامل والاستثمار في الشركات الناشئة، وكيف يمكن أن يؤدي ذلك إلى الحفاظ على تموضعها في السوق وضمان نموها.

تُقدم الشركات الناشئة والشركات الكبيرة لبعضها البعض فرصًا ثمينة يمكن تحقيقها من خلال التعاون المشترك. يمكن تغذية هذه الفرص من خلال تفعيل جوانب متعددة للشراكة، مما يساهم في تحقيق نجاح متبادل. بالإضافة إلى ذلك، يُظهر الوعي بأهمية الابتكار والإنتاجية كدافع رئيسي لتحقيق نتائج طويلة الأمد. من خلال التعاون مع الشركات الناشئة، تُمكِّن الشركات الكبيرة أنفسها من توليد وتجريب ابتكارات جديدة وتقديم خدمات وحلول بتكاليف ومخاطر أقل. بالإضافة إلى أن الشركات الناشئة تشكل بيئة مواتية لتطوير المهارات الجديدة والرائدة، وتعزز النهج الفكري المبتكر. وهذا يُمكن أن يسهم في إحياء ثقافة الابتكار داخل الشركات.

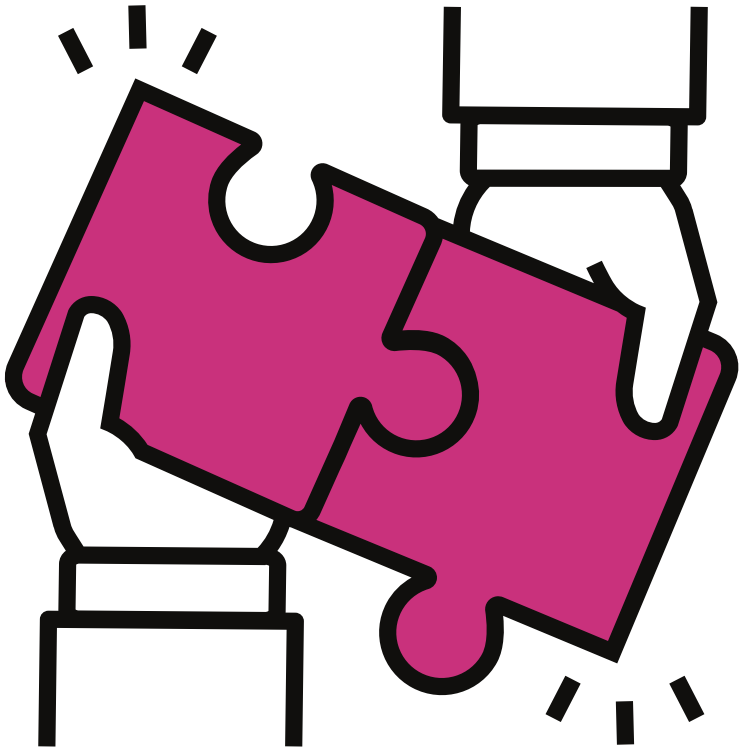
"يتغير الابتكار باستمرار. تدرك الشركات حقيقة أن الشركات الناشئة، ولا سيما تلك التقنية والرقمية، تُحدث تحولًا ملموسًا في الصناعات. وبالنسبة للشركات التي تعتمد نهجًا مبتكرًا وواعدًا، فإنها لا تعتبر الشركات الناشئة تهديدًا، بل تراها كفرصة مثمرة لتعزيز قيمتها، وتحقيق نجاح مستدام يعود بالفائدة على الشركة والمستثمرين والقطاعات على حد سواء."

جوزيبي زوكو، مؤسس شركة إندكس فينتشرز

ننتصر معا - دليل استرشادي لتحقيق التعاون الناجح بين الشركات الناشئة والشركات الكبيرة.

التعاون بين الشركات والشركات الناشئة

توجد عدة أنماط للشراكة بين الشركات والشركات الناشئة، وتتمحور الفكرة العامة في أن الشركات قادرة على فهم ومتابعة تسارع الابتكار في الشركات الناشئة ومشاركة قواعد التواصل بينهما. اختيار نوع الشراكة المثلى بين الشركات والشركات الناشئة يعتبر أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر على نجاح العلاقة بينهما. تضم بعض أشكال التعاون -باستناد إلى أحدث الاتجاهات- ما يلي:



١ مسرعات الشركات

شهدت السنوات الماضية نموًا في شعبية مسرعات الشركات، حيث أظهرت الأبحاث أن ثلث مسرعات أوروبا مرتبطة بالشركات. وبالتالي، تشجع على دعم وتطوير الشركات الناشئة. تشمل مسرعات الشركات منافسات يتنافس فيها المشاركون على مدار 48 ساعة أو أكثر - غالبًا خلال عطلات نهاية الأسبوع - لحل مشكلات تواجهها الشركات. يجتمع مبرمجون محترفون كمشاركين رئيسيين للعمل بتفانٍ على إيجاد حلول جديدة لتلك المشكلات.

٢ رأس المال الاستثماري (CVC)

شهد رأس المال الاستثماري نموًا منذ عام 2014، حيث قادت ألمانيا هذا الاتجاه في أوروبا. شاركت أكبر 100 شركة في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أنشطة استثمارية تخص مشاريعها. تساهم هذه الاستثمارات في زيادة عائد الاستثمار والقيمة. تم تنفيذ حوالي 1735 صفقة بإجمالي قيمة 48.5 مليار دولار، مع إغلاق صفقات قيمتها 84.2 مليار دولار.

٣ الاندماج والاستحواذ على الشركات الناشئة

تدرك الشركات الكبيرة التي تركز على التكنولوجيا قيمة الاندماج والاستحواذ على الشركات الناشئة في السنوات الأخيرة. أظهرت أبحاث أن 80% من أكبر 130 شركة في أوروبا في مجال التكنولوجيا وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات اختارت التركيز على استحواذ الشركات الناشئة بدلاً من المنافسة في السوق.

٤ هاكاثونات الشركات

غالبًا ما تكون ماراثونات الشركات تنافسية وتُنظم على مدار 48 ساعة، غالبًا خلال عطلات نهاية الأسبوع، وتركز على حل تحديات تواجه الشركات. تشمل هذه المسابقات مبرمجين يشاركون كمشاركين رئيسيين، حيث يعملون بجد لابتكار حلول جديدة لمشكلات معينة.

٥ التعاون بين الشركات الناشئة والشركات العائلية

هذا النوع من التعاون يهدف إلى دمج الابتكار في الأعمال العائلية بهدف تحقيق النمو والتوسع. بناءً على الروح المبتكرة والمنهجية التي تمتلكها الشركات الكبيرة، تعزز هذه الشراكات الشركات العائلية من خلال تعزيز الابتكار المفتوح وتبادل الأفكار والخبرات.

”بمجرد أن قمنا بتنفيذ أولى التجارب وعرضنا النتائج مع الشركات الناشئة، أدرك الأشخاص القيمة من هذا العمل وأصبحوا متحمسين. الآن، الطلب الداخلي لتجارب العمل مع الشركات الناشئة أصبح عالياً جداً.“

ساندرو فاليري، رئيس الابتكار المؤسسي في إمبراير

أهداف الشركات وأنواع برامج الشراكات

بالنظر إلى أنواع التعاون بين الشركات والشركات الناشئة المذكورة سلفاً، ينبغي أن يتم مواءمتها مع النتائج التي تطمح الشركات للوصول إليها. تجدون أدناه خارطةً توضح القيمة التي يضيفها كل نوع من التعاون على مستهدفات الشركات.

مستهدفات الشركات

أنواع برامج التعاون بين الشركات والشركات الناشئة

	ثقافة ريادة الأعمال المؤسساتية	منتجات، خدمات وشركاء جدد	حل التحديات	قيادة الطريق نحو الصناعات المستقبلية
الهاكاثونات	عالية	عالية	متوسطة	منخفضة
مشاركة المعرفة والمصادر	متوسطة	عالية	منخفضة	منخفضة
المسرعات والحاضنات	عالية	عالية	متوسطة	متوسطة
الشركات وبرامج POC	متوسطة	متوسطة	عالية	متوسطة
الاستثمار والاستثمار التآزري	منخفضة	منخفضة	متوسطة	عالية
الاستحواذ والإحتواء	متوسطة	منخفضة	عالية	عالية

الشكل 2.1: أهداف الشركات وأنواع برامج الشراكات

القسم الـ٣

منهجيات الشركات

أفضل المنهجيات التي يمكن للشركات اعتمادها

بعد الاطلاع على أنواع التعاون بين الشركات والشركات الناشئة، وربطها بمستهدفات الشركة، كيف يمكن للشركات الاستفادة من هذه الورقة البحثية؟ فيما يلي مقترحات لأفضل المنهجيات التي يمكن للشركات اعتمادها:

> الشركات الكبيرة في الآونة الأخيرة بدأت في إدراك حقيقة أن صناعاتها تتعرض لثورة من قبل الابتكارات التي يقودها الشركات الناشئة.
> بدلاً من التفكير بأن "بعض الشركات القائمة ستخسر وبعض الشركات الناشئة ستفوز"، يجب أن يُنظر إلى الشركات الناشئة كشركاء محتملين. شركاء لخلق مزيدٍ من القيمة لشركتك، ومزيدٍ من القيمة للمستهلك، ولصالح الصناعة بأكملها
>
> **جوزيبي زوكو، مؤسس شركة إندكس فينتشرز**

دمج الابتكار في هوية الشركة

لن تكون هذه المهمة سهلة، حيث تتطلب من الشركات تبني منتجات جديدة وتغيير جوهر عملها وتطويره بشكل مستمر. ومع ذلك، من المهم الالتزام بهذا النهج لكي تصبح الشركات قادرة على تجذير الابتكار في جوهرها. ولتحقيق ذلك، يجب على الشركات دمج الابتكار في هويتها وثقافتها، ولا يكفي فقط تخصيص قسم معين للابتكار.

٢ التخطيط للتجارب والاختبارات التجريبية

التنفيذ هو جوهر الابتكار. لتقييم الحلول، ينبغي للشركات أن تجد أسرع وأقصر طريقة لاختبار الحلول وتقييمها. يُفضل أن تتعاون الشركات مع الشركات الناشئة لتطوير وتمويل الحلول بأسرع وقت ممكن. وبعد ذلك، يمكن اختبار جدوى المنتج من حيث القيمة التي يضيفها والجودة التي يقدمها. يمكن لفرق العمل في البداية تخصيص ميزانية لتنفيذ تجربة أولية، وهذا أفضل من تخصيص ميزانية منفصلة لكل حل على حدة. ومن ثم، يمكن وضع خطة سريعة تكون كافية للاستخدام المؤقت واعتمادها بناءً على نتائج التجربة الأولية. من المهم أيضًا التركيز على تحليل نموذج الأعمال في مراحله الأولى، حيث يمكن أن يساهم هذا في تحديد نوع التعاون، سواء كان استنادًا إلى العميل-المورد بسعر ثابت أو شراكة تقاسم الإيرادات.

٣. اعتماد مبدأ الصراحة مع الشركات الناشئة

مدة مشاريع الشركات الناشئة عادة ما تكون قصيرة، حوالي 3 أسابيع، وهذه المدة تُخصص للشركات لإيجاد مكانها المثلى في المشروع. لتجنب الحاجة للاتصال اليومي من قبل صاحب المشروع لترتيب مواعيد متعددة لمعرفة الخطوات المقبلة، يجب على الشركات أن تكون واضحة في تواصلها معه بأقصى درجة ممكنة، وتقديم تغذية راجعة تفصيلية. هذا سيساهم في تمكين الشركات الناشئة من فهم عملائها وفهم السوق وتقييم منتجاتها وتنسيقها مع السوق المناسبة بشكل أفضل. من أجل تحقيق ذلك، يجب أن تقدم الشركات صورة واضحة للمشاريع الناشئة حول إمكانية نجاح المنتجات التي تقدمها ومدى مناسبتها للتعاون. يجب أن تتضمن هذه الصورة خطة تفصيلية للخطوات التالية، بما في ذلك التوقعات ونظرة شاملة على سير العمل. عند تنفيذ هذا النهج، سينشأ فهم مشترك بين جميع الأطراف، مما سيزيد من فرص نجاح التعاون بينهم.

٤. إنشاء رابط التواصل

عند دمج الابتكار في هوية الشركة، يجب تنسيق جميع العوامل المذكورة سابقًا. لذا، من المهم إيجاد وسيلة للتواصل بين الجهتين، سواء كان ذلك من خلال فرد واحد أو فريق عمل، يمتلك قاعدة تواصل داخلية في الشركة ويمتلك قدرة على التواصل مع مختلف المعنيين خارج الشركة. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يكون لديه فهم واضح للتحديات التي تواجهها الشركة، وأن يكون قادرًا على مواءمة الحلول التي تقدمها الشركات الناشئة مع نقاط الضعف في الشركة.

5. تقييم عملية توثيق المستندات في الشركات الناشئة

عند التعامل مع الشركات الناشئة، يجب أن تكون شروط واتفاقيات التعاون مرنة وملائمة للوضع الناشئ. يجب تسهيل عملية التوثيق وتقديمها بشكل مبسط ومفهوم للشركات الناشئة. بشكل عام، يجب أن تدرك الشركات أن القوانين والقواعد التي تطبقها مع المؤسسات الكبيرة قد لا تكون مناسبة للمشاريع الناشئة، وبالتالي يجب أن يتم التعاطي معها بمرونة وفهم.

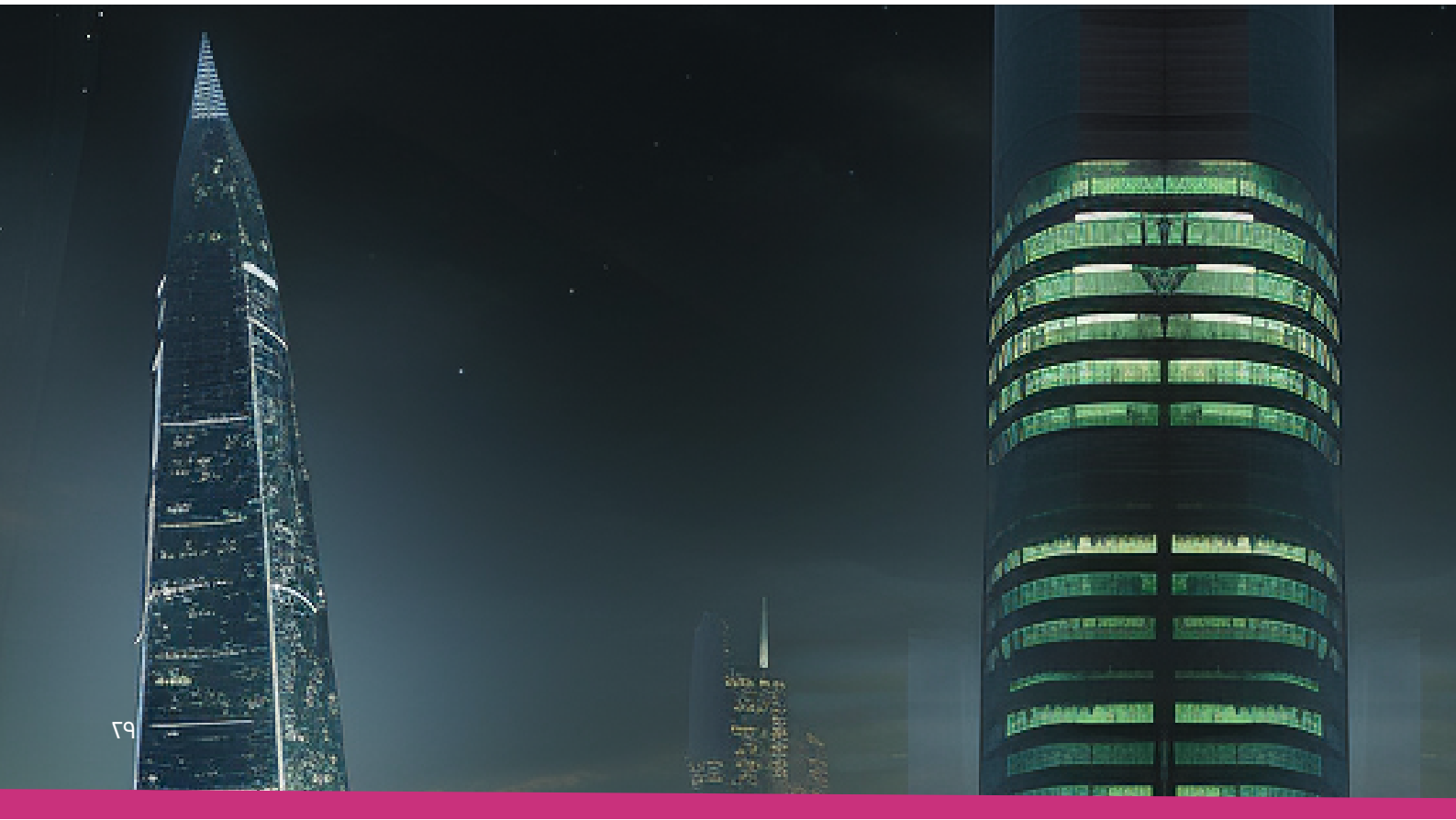
> "حوالي 90% من الشركات الكبيرة تحتاج إلى الشركات الناشئة لتساعدهم على الابتكار"
> - كي بي أم جي

> لكي يبقى تفاعل الشركات الناشئة نشطًا، تحتاج الشركات الكبيرة إلى تحديد أصحاب المصلحة، الأهداف والموارد بشكل مبكر ومتكرر
> - كي بي أم جي

بشكل ملخص

من السهل الإشارة إلى أهمية قيام الشركات الكبيرة بتبني نهج الابتكار كجزء أساسي من أعمالها، ولكن تنفيذ هذا النهج يمكن أن يكون تحديًا. بينما يمكن أن يكون من الصعب تطبيقه، إلا أنه ضروري لبقاء وتقدم الشركات في سوق الأعمال، خاصةً في ظل التقدم التكنولوجي السريع. يتعين على الشركات التعاون مع الشركات الناشئة كوسيلة لتحقيق هذه الأهداف.

ونظرًا لاختلاف طبيعة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مقارنةً بالشركات التكنولوجية الناشئة، فإن معدلات النمو العالية والمخاطر المصاحبة للمشاريع الناشئة تجعلها مجالًا واعدًا للاستثمار، مما يشجع المستثمرين والشركات على التعاون معها. يختلف تقييم هذه الشركات حسب مراحلها المختلفة.



الخاتمة

تتنوع وسائل التعاون ما بين ماراثونات الشركات وبرامج المسرعات ومراكز الحاضنات، وهي تتوجه نحو أهداف متنوعة تشمل تبني نهج الابتكار في جوهر الشركة أو حل المشكلات أو توسيع نطاق الأعمال إلى قطاعات صناعية جديدة، وتطوير منتجات وخدمات جديدة بالاشتراك مع الشركاء.

لذا، يتوجب على الشركات أن تكون واعية بكيفية بناء هذه العلاقات، بدءًا من تبني مبادئ الشفافية والصراحة والوضوح بشأن أهدافها واحتياجاتها، إلى فهم كيفية وضع السياسات والعمليات التي تدعم هذه الشراكات.

وإذا كنتم، أعزائنا القراء، مهتمين بتنفيذ هذه الممارسات في مشروعكم، ندعوكم للانضمام إلينا في هذه الرحلة نحو تحقيقها، حيث سنعمل معًا على تحقيق أهدافنا.

المصادر

٠١

الفوز معاً، دليل استرشادي حول نجاح التعاون بين الشركات والشركات الناشئة

إعداد فاليري موكر، سيمونا بيلي وكريستوفر هيلي

٠٢

الطريق نحو التعاون بين الشركات والشركات الناشئ

إعداد KPMG، آفاقٌ جديدة، 2015م

٠٣

المعنى الذهبي لرأس المال الاستثماري المؤسسي

إعداد بيتشهوك، مايو، 2019م

٠٤

التعاون بين الشركات العائلية والشركات الناشئة

رسالة ماجستير، كلوبر، د.إ.هـ (دوجمار إيليك هيلين)، جامعة توينتي. و EY

٠٥

التعاون مع الشركات الناشئة: أفضل الممارسات للشركات الكبيرة

إعداد قائد الإبتكار 100، 2019م

٠٦

ما هو المشروع الناشئ

إعداد Investopedia
https://www.investopedia.com/ask/answers/12/what-is-a-startup.asp

عن شركة الجبر

الجبر هي شركة عمانية تركز على تطوير الشركات الناشئة وإبتكار الشركات. نحن مختصون في بناء برامج ريادة الأعمال التي تساهم في دمج الإبتكار في الشركات الناشئة بطموح الشركات، مع منح رأس المال الاستثماري والبشري والفكري. يتمحور هدفنا الرئيسي في بناء حاضنةٍ إقليمية لتطوير الشركات الناشئة، ويتضمن ذلك العمل يداً بيد مع الشركات، الشركات الناشئة والمستثمرين لتحقيق ذلك.

التحول من خلال الابتكار

@Aljabrmena

www.Aljabrmena.com

© 2022 ALJABR LLC. All Rights Reserved.