

به نام خدا

# جمع سپاری

حسین مه‌تاز، غلامرضا هاشم‌زاده



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطبوعات و پژوهش‌های بازرگانی

تهران ۱۳۹۸

|                      |                                                      |
|----------------------|------------------------------------------------------|
| سرشناسه:             | ممتاز، حسین، ۱۳۶۴ -                                  |
| عنوان و نام پدیدآور: | جمع سپاری / حسین ممتاز، غلامرضا هاشم‌زاده خوراسگانی. |
| مشخصات نشر:          | تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۸.                |
| مشخصات ظاهری:        | ۱۱۸ ص.، مصور، جدول.                                  |
| شابک:                | ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۷۱۹-۸                                    |
| وضعیت فهرست نویسی:   | فیبیا                                                |
| یادداشت:             | کتابنامه، ص.                                         |
| موضوع:               | جمع‌سپاری [Crowdsourcing]                            |
| موضوع:               | بیرون‌سپاری [Contracting out]                        |
| شناسه افزوده:        | هاشم‌زاده خوراسگانی، غلامرضا، ۱۳۴۲ -                 |
| رده بندی کنگره:      | ۹۸۷۶/۹                                               |
| رده بندی دیویی:      | ۰۰۴/۰۱۹                                              |
| شماره کتابشناسی ملی: | ۵۷۴۵۵۳۸                                              |

## شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

### جمع سپاری

حسین ممتاز، غلامرضا هاشم‌زاده

ویراستار: محمد شیخعلی‌شاهی

صفحه‌آرا: سیده سمانه حسن‌زاده

طراح جلد: مهدی لاری

چاپ اول: تابستان ۱۳۹۸

تیراژ: ۳۰۰ نسخه

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۷۱۹-۸

لایتنوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

«کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازرگانی است.»

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، نبش کوچه همدان، شماره ۱۲۰۲

توزیع و پخش: ۶۶۹۳۹۳۲۹ - ۰۲۱ / فروشگاه مرکزی: ۶۶۴۲۵۱۱۸ - ۰۲۱

واحد سفارش چاپ کتاب: ۶۶۴۳۹۲۰۶ - ۰۲۱

واحد نشر الکترونیک: ۶۶۴۳۹۲۰۲ - ۰۲۱ / digital.cppc.ir

فروشگاه‌های اینترنتی WWW.CPPC.ir / WWW.1CPPC.ir



## مقدمه مولفین

ما هم مدیریت و سازمان در دوران امروز که دنیای انفجار اطلاعات، پیچیدگی و عصر جدید فناوری خوانده می شود دچار تغییرات بسیاری شده است؛ ایده های بزرگ و کوچک فراوانی در سطح گیتی این تغییرات اثرگذار بوده اند که تمامی آن ها دارای یک ریشه فلسفی و تفکر خاص - هر یک از علوم گوناگون بوده اند؛ ارایه مفاهیم نوین در مدیریت به نوعی بسط و توسعه یخ از حوزه های جامعه شناسی، اقتصاد، روان شناسی، هنر، فلسفه، دین، علم، سیاست و... بوده است که در اثر نیازهای سازمان ها و تصمیم گیرندگان هر روز شکل کامل تری را به خود می دهد.

بر همین اساس یکی از این تحولات پیچیده و جالب توجه در حوزه فعالیت های مشارکتی، که افراد براساس آن به حل مسائل و مشکلات خود می پردازند تحت عنوان "جمع سپاری" شناخته می شود. نگارندگان معتقدند که جمع سپاری نتیجه یک سری اتفاقات از قبل صورت پذیرفته یکسان نیست؛ بلکه تغییرات اساسی در حوزه های نزدیک به مدیریت (مثل: روان شناسی، جامعه شناسی، اقتصاد و سیاست) و سایر مفاهیم (مثل: گسترش فضای مجازی، وب) می باشد. بر همین اساس نگارندگان این کتاب را به جمع آوری مفاهیم مرتبط با این مهم در قالب یک مجموعه به صورت تخصصی پردازند.

این مجموعه که نتیجه تلاش و تدریس نگارندگان در سررشته کلاس کارهای نوپا و دانشگاه است با نگاهی تخصصی صرفاً به موضوع "جمع سپاری" پرداخته و از بیان و شرح مطالب غیرمرتبط می کند. در تهیه این مجموعه افراد بسیاری یاری رسان بوده اند که نگارندگان خود را مدیون آن ها می دانند؛ به خصوص جناب آقای دکتر امیرمهربان پژوه که زحمات فراوانی

کشیده‌اند. امیدواریم این اثر بتواند سرآغازی خوب برای فعالین اکوسیستم‌های مرتبط با حوزه کسب‌وکارها نوپا باشد.

از همه پژوهشگران، اساتید و دانشجویان، و مدیرانی که این کتاب را مطالعه می‌کنند تقاضا می‌شود که از طریق یکی از راه‌های ارتباطی:

H.Momtaz.edu@gmail.com و [instagram.com/Dr.hosseinmomtaz](https://www.instagram.com/Dr.hosseinmomtaz)

انعکاس رهنمودها، انتقادهای و پیشنهادات و دیدگاه‌های خود، ما را در پربار نمودن ویرایش‌های بعدی کتاب یاری دهند.

حسین ممتاز، غلامرضا هاشم‌زاده

## فهرست مطالب

|    |                                  |
|----|----------------------------------|
| ۵  | مقدمه مؤلفین                     |
| ۹  | فصل ۱: کلیات جمع‌سپاری           |
| ۹  | مقدمه                            |
| ۱۱ | زمینه‌ها و ردیف‌شده از جمع‌سپاری |
| ۱۴ | اهمیت جمع‌سپاری در نگاه          |
| ۱۵ | ادبیات جمع‌سپاری                 |
| ۱۶ | خرد جمعی                         |
| ۱۷ | برون‌سپاری                       |
| ۱۷ | منبع باز                         |
| ۱۸ | داده، دانش و منبع باز            |
| ۱۹ | فناوری وب                        |
| ۲۰ | نوآوری باز                       |
| ۲۳ | نوآوری باز و نوآوری بسته         |
| ۲۴ | هم‌آفرینی                        |
| ۲۶ | هم‌رقابتی و هم‌آفرینی            |
| ۲۸ | فرآیند جمع‌سپاری                 |
| ۲۸ | ۱- جمع‌سپار                      |
| ۲۸ | ۲- پلتفرم                        |
| ۲۹ | ۳- جمعیت (اجتماع)                |
| ۳۱ | فصل دوم: مفهوم جمع‌سپاری         |
| ۳۱ | مقدمه                            |
| ۳۳ | تعریف جمع‌سپاری                  |
| ۳۴ | پیدایش جمع‌سپاری                 |
| ۳۵ | معنای جمعیت در جمع‌سپاری         |

|     |                                    |
|-----|------------------------------------|
| ۳۸  | نقش واسطه‌ها در جمع‌سازی           |
| ۳۸  | نقش جمع‌سازی در توسعه محصولات جدید |
| ۳۹  | ویژگی‌های جمع‌سازی                 |
| ۴۱  | الزامات جمع‌سازی                   |
| ۴۳  | فرهنگ جمع‌سازی                     |
| ۴۵  | اقدامات مورد نیاز جمع‌سازی         |
| ۴۶  | ابعاد جمع‌سازی                     |
| ۵۲  | مدلار تامین مالی جمعی              |
| ۵۳  | کسبیت خروجی‌ها در جمع‌سازی         |
| ۵۶  | نقاط ضعف و نقاط قوت جمع‌سازی       |
| ۵۹  | فصل سوم: مفاهیم مرتبط با جمع‌سازی  |
| ۵۹  | مقدمه                              |
| ۶۱  | جمع‌سازی و تامین مالی جمعی         |
| ۶۵  | جمع‌سازی و نوآوری                  |
| ۶۸  | جمع‌سازی و هم‌آفرینی               |
| ۷۱  | جمع‌سازی و فضای آبری               |
| ۷۵  | جمع‌سازی و پروسیورها               |
| ۷۷  | جمع‌سازی و برون‌سازی               |
| ۷۸  | جمع‌سازی و دوسوتوانی               |
| ۸۰  | جمع‌سازی و مدل دلفی                |
| ۸۷  | فصل چهارم: پیاده‌سازی جمع‌سازی     |
| ۸۷  | مقدمه                              |
| ۸۹  | نقش تسلسل در جمع‌سازی              |
| ۹۱  | نقش اینفوگرافیک در جمع‌سازی        |
| ۹۲  | نقش SEOها در جمع‌سازی              |
| ۹۵  | نقش بازواریسازی در جمع‌سازی        |
| ۱۰۱ | نقش مالکیت معنوی در جمع‌سازی       |
| ۱۰۴ | حریم خصوصی                         |
| ۱۰۵ | حق نشر                             |
| ۱۰۵ | اجازه نامه خلاقیت عمومی            |
| ۱۰۷ | تکلمه                              |
| ۱۰۹ | منابع                              |