



سازمان مدیریت صنعتی

جمع سپاری

پیشران کسب و کار نوین

مهدی کشتکار

میر سامان پیشوایی

امیر سالار محمدی

انتشارات سازمان مدیریت صنعتی

1391

سرشناسه	: کشتکار، مهدی، ۱۳۵۸-
عنوان و نام پدیدآور	: جمع‌سپاری/مولفان مهدی کشتکار، میرسامان بیشوایی، امیرسالار محمدی.
مشخصات نشر	: تهران : سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۴ ص:، مصور، جنول.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۲۷۵-۰۰۵-۱ ریال: ۴۵۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: جمع‌سپاری
شناسه افزوده	: بیشوایی، میرسامان، ۱۳۶۱-
شناسه افزوده	: محمدی، امیرسالار، ۱۳۶۶-
شناسه افزوده	: سازمان مدیریت صنعتی
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۱ ک۵/ج۹/۹۷۶ QAV۶
رده بندی دیویی	: ۰۱۹-۰۲۰
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۶۸۰۹۱۲



سازمان مدیریت صنعتی

- جمع‌سپاری، پیشروان کسب و کار نوین
- تالیف: مهدی کشتکار-میر سامان بیشوایی-امیر سالار محمدی
- ناشر: سازمان مدیریت صنعتی
- مسئول اجرایی: مجید فاضل‌نیا
- طراح و گرافیسیت: الهه توانا
- چاپ نخست ۱۳۹۱ / شمارگان ۲۲۰۰ نسخه
- لیتوگرافی، چاپ و صحافی: اسری
- شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۷۵-۰۰۵-۱ / ISBN: 978-600-275-005-1

ناشر: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران، خیابان ولی عصر، نبش خیابان جام‌جم، ساختمان آموزش سازمان مدیریت صنعتی

تلفن: ۲۲۰۳۳۰۰۵ داخلی ۳۶۴ www.bookstore.imi.ir

۴۵۰۰ تومان

تقدیم به إحیاگر حیات باطنی انسان، امام خمینی (ره). بزرگ مردی که به گفته سید شهیدان اهل قلم، مرتضی آوینی «ظاهر و باطن را شکست و با انقلاب اسلامی خانه حقیقتی را بنیان نهاد که کعبه دل های ناس است، ام القری است، بیت عتیق است و اسوه قیام ناس که نه شرقی است و نه غربی» و تقدیم به دانشمندان جوان؛ آنهایی که باقی شدند، و آنهایی که راه بقا در پیش گرفته اند.

www.ketab.ir

فهرست مطالب

فصل اول: جمع‌سپاری: دیدمان کسب و کار نوین	۱۷
۱-۱ قدرت نهفته در جمعیت	۱۷
۲-۱ مفهوم جمع‌سپاری	۲۰
۱-۲-۱ خرد جمعی	۲۳
۲-۲-۱ انگیزه مشارکت‌کنندگان	۲۴
۳-۲-۱ تفاوت جمع‌سپاری و متن‌باز	۲۸
۳-۱ روند ظهور جمع‌سپاری	۲۹
۴-۱ فرآیند عام جمع‌سپاری	۳۱
۵-۱ مزایای جمع‌سپاری	۳۴
۶-۱ معایب و انتقادات متوجه جمع‌سپاری	۳۶
۷-۱ مروری بر برخی نمونه‌های واقعی جمع‌سپاری	۳۹
۱-۷-۱ نمونه‌های تجاری	۳۹
۲-۷-۱ نمونه‌های غیرتجاری	۴۳
۸-۱ برخی زمینه‌های تحقیقاتی در حوزه جمع‌سپاری	۴۶
منابع	۴۸
فصل دوم: گونه‌شناسی جمع‌سپاری	۵۱
۱-۲ مقدمه	۵۱
۲-۲ انواع جمع‌سپاری از منظر تراکم هوش جمعی	۵۱
۱-۲-۲ پیش‌بینی بازار	۵۲
۲-۲-۲ حل مساله	۵۳
۳-۲-۲ بارش فکری برخط	۵۴
۳-۲ انواع جمع‌سپاری از حیث ابزار مشارکت جمعیت	۵۴
۱-۳-۲ هوش جمعی (یا خرد جمعی)	۵۵
۲-۳-۲ آفرینش جمعی	۵۶
۳-۳-۲ رای‌گیری جمعی	۵۶
۴-۳-۲ تامین مالی جمعی	۵۷
۴-۲ طبقه‌بندی چهارگانه فعالیت‌های جمع‌سپاری	۵۷
۵-۲ دسته‌بندی بر اساس اندازه پیچیدگی جمع‌سپاری و پرداخت پاداش	۵۹
۱-۵-۲ جمع‌سپاری فعالیت‌های ساده	۵۹
۲-۵-۲ جمع‌سپاری فعالیت‌های پیچیده	۶۰
۳-۵-۲ جمع‌سپاری فعالیت‌های خلاقانه	۶۱
۶-۲ دسته‌بندی مبتنی بر عوامل آغازگر جمع‌سپاری	۶۲

- ۶۴ ۲-۷ انواع جمع‌سپاری مبتنی بر رویکرد سیستمی
- ۶۶ ۲-۸ انواع ارتباطات در جمع‌سپاری
- ۶۸ ۲-۹ دسته‌بندی ترکیبی انواع جمع‌سپاری
- ۶۸ ۲-۹-۱ جمع‌سپاری مبتنی بر انتخاب و یا یکپارچگی
- ۷۰ ۲-۹-۲ ابعاد فعالیت‌ها در جمع‌سپاری
- ۷۲ ۲-۱۰ جمع‌سپاری معکوس
- ۷۲ ۲-۱۱ جمع‌سپاری دائمی و موقت
- ۷۳ ۲-۱۲ طبقه‌بندی بر اساس ماهیت (فعالیت، جمعیت و پرداخت)
- ۷۳ ۲-۱۲-۱ ماهیت فعالیت
- ۷۴ ۲-۱۲-۲ ماهیت جمعیت
- ۷۶ ۲-۱۲-۳ ماهیت پرداخت
- ۷۷ ۲-۱۳ انواع جمع‌سپاری در شرکت‌های کوچک و متوسط
- ۷۸ ۲-۱۳-۱ طراحی محصول جدید
- ۷۸ ۲-۱۳-۲ فراخوان عمومی دانش
- ۷۸ ۲-۱۳-۳ گزارش‌دهی جمعی
- ۷۹ ۲-۱۳-۴ رتبه‌بندی و نمایه‌سازی محصول توسط مصرف‌کننده
- ۷۹ ۲-۱۳-۵ پشتیبانی مشتری به مشتری
- ۷۹ ۲-۱۳-۶ ارتباط و توسعه
- ۸۰ ۲-۱۴ ابعاد جمع‌سپاری
- ۸۲ ۲-۱۵ جمع‌سپاری بازگشتی (توسعه‌پذیر)
- ۸۵ ۲-۱۶ جمع‌سپاری ریزفعالیت‌ها
- ۸۶ ۲-۱۶-۱ ماهیت ریزفعالیت
- ۸۶ ۲-۱۶-۲ انواع مشاغل در جمع‌سپاری ریزفعالیت‌ها
- ۸۸ ۲-۱۶-۳ بازار ریزفعالیت‌ها
- ۸۹ ۲-۱۶-۴ جمع‌سپاری خود-کار یا جمع‌سپاری پنهان (موردکاوی پروژه ری‌کینا)
- ۹۴ منابع
- ۹۷ فصل سوم: تامین مالی جمعی
- ۹۷ ۳-۱ مقدمه
- ۹۸ ۳-۲ ادبیات تامین مالی جمعی
- ۱۰۲ ۳-۳ گونه‌شناسی تامین مالی جمعی
- ۱۰۲ ۳-۳-۱ انواع تامین مالی جمعی بر اساس کارکرد
- ۱۰۴ ۳-۳-۲ انواع تامین مالی جمعی مبتنی بر پیچیدگی فرآیند تامین سرمایه
- ۱۰۸ ۳-۳-۳ تامین مالی جمعی تحت وب و غیر وب
- ۱۰۸ ۳-۳-۴ دسته‌بندی انگیزه‌ها و منافع (آوردها) در تامین مالی جمعی
- ۱۱۰ ۳-۴ مورد کاوی تامین مالی جمعی
- ۱۱۱ ۳-۴-۱ مدل کسب و کار کیک‌استارتر
- ۱۱۲ ۳-۴-۲ کارنامه مالی کیک‌استارتر
- ۱۱۴ ۳-۷-۳ دسته‌بندی شرکت کنندگان در شبکه کیک‌استارتر (پروژه بازی رایانه‌ای)

منابع.....	۱۱۶
فصل چهارم: نوآوری باز در بستر جمع‌سپاری.....	۱۱۷
۱-۴ مقدمه.....	۱۱۷
۲-۴ ظهور نوآوری باز.....	۱۱۹
۳-۴ تعریف نوآوری باز.....	۱۲۰
۱-۳-۴ انواع نوآوری باز.....	۱۲۳
۴-۴ تفاوت دیدمان نوآوری باز با نوآوری بسته.....	۱۲۴
۵-۴ نوآوری باز به عنوان مدل کسب و کار.....	۱۲۸
۶-۴ ابزارها و تاکتیک‌های نوآوری باز.....	۱۲۹
۷-۴ نوآوری باز در عمل.....	۱۳۰
۱-۷-۴ رقابت با استفاده از شبستگی‌های نوین توسط آی بی ام.....	۱۳۱
۲-۷-۴ توانایی پروراندن گمبل در باز بودن.....	۱۳۳
۳-۷-۴ استفاده از نوآوری باز در ایل.....	۱۳۴
۴-۷-۴ آیدیا ایسترم در شرکت ایل.....	۱۳۶
۵-۷-۴ آتیزو.....	۱۳۸
۸-۴ نوآوری باز در بخش دولتی.....	۱۳۸
۱-۸-۴ دولت شبکه‌ای.....	۱۳۹
۲-۸-۴ نوآوری باز در دولت کانادا.....	۱۴۰
۳-۸-۴ نوآوری باز در دولت دانمارک.....	۱۴۱
۴-۸-۴ نوآوری باز در دولت کره جنوبی.....	۱۴۱
۹-۴ اهرم‌های مدیریتی برای نوآوری باز.....	۱۴۲
۱-۹-۴ شبکه‌ها.....	۱۴۲
۲-۹-۴ ساختار سازمانی.....	۱۴۳
۳-۹-۴ فرایند ارزیابی.....	۱۴۳
۴-۹-۴ سیستم مدیریت دانش.....	۱۴۴
۱۰-۴ ارتباط میان جمع‌سپاری و نوآوری باز.....	۱۴۵
۱-۱۰-۴ نوآوری باز به عنوان زیرمجموعه یا فرادست جمع‌سپاری؟.....	۱۴۵
۲-۱۰-۴ نقاط اشتراک و افتراق نوآوری باز و جمع‌سپاری.....	۱۴۸
منابع.....	۱۵۲

جمع‌سپاری پارادایمی است که با ظهور انقلابی آن در فضای کسب و کار، تحولی بنیادین در حال رقم خوردن است و در بستر جامعه نیز انقلابی در شرف وقوع؛ *انقلابی از نوع چهارم* که اساس آن مشارکت و همکاری افزایشی در چارچوب «خرد جمعی» است؛ انقلابی که این بار نه متأثر از تکنولوژی که مقدم بر آن بوده و حتی فراتر از تکنولوژی، چارچوب کسب و کار و مفاهیم بنیادین اقتصاد را به چالش می‌کشد.

جمع‌سپاری یکی از گام‌های جریان مردمی کردن تجارت است؛ شرایطی که در آن غیر حرفه‌ای‌ها نیز با دسترسی به دانش و ابزارهای لازم، به تولید در تراز حرفه‌ای دست می‌یابند. این شکل از دسترسی به ابزار و دانش، نوع جدیدی از «نیروی کار در سایه» را بوجود می‌آورد که به دلیل برخورداری از فراوانی آماری بیشتر نسبت به نیروی کار حرفه‌ای و به تبع آن، صرف زمان کمتر و نیز هزینه پایین‌تر در اجرای مطلوب وظایف، سازمان‌ها را مجاب به پذیرش پارادایم جدید می‌کند.

کتاب حاضر مفهوم نوظهور «جمع‌سپاری» را با نگاهی فلسفی به این مفهوم، گونه‌شناسی آن، شیوه‌های اجرا و موردهای موفق جمع‌سپاری در سراسر جهان به خوانندگان معرفی می‌کند. سازمان مدیریت صنعتی امیدوار است که این کتاب، آغازگر حرکتی بزرگ در ابعاد ملی به سمت بهره‌گیری از چارچوب‌های نوین خردجمعی باشد.

پیش‌گفتار

رفتار دسته‌جمعی، یکی از عجایب بی‌بدیل خلقت است که پژوهش در آن، نه فقط باعث شگفتی آدمی شده است بلکه حس جویندگی بشر را چنان به تحرک در آورده است که خواسته یا ناخواسته، مسیر لایذیه‌های این پدیده آفرینش را به پیمایش گرفته است. این شگفتی زمانی دو چندان می‌شود که مطالعه این رفتار، وارد محدوده هوش دسته‌جمعی می‌شود. به عنوان مثال مورچه‌ها یکی از گونه‌های حشرات اجتماعی هستند که با بهره‌گیری از هوش دسته‌جمعی، رفتارهای خارق‌العاده‌ای از خود نشان می‌دهند. «یافتن کوتاه‌ترین مسیر منتهی شده به یک محموله غذایی»، از جمله نموده‌های این هوش دسته‌جمعی است. هم‌چنین عملیات «ساخت کندوی عسل، مقابله با دشمن و در مجموع، زندگی اجتماعی» در بین زنبورهای عسل از نمونه‌های بارز تجسم هوش جمعی می‌باشد. نکته شگفتی آور در این است که این حشرات، علی‌رغم وجود یک هماهنگی اولیه و بدون برنامه‌ریزی، عملیات نظام‌یافته و جزی را سبب می‌شوند که الگوبرداری از این رفتارها، راه‌گشای بسیاری از مسائل پیش روی بشر (به خصوص در حوزه کسب و کار) شده است. بهره‌گیری از این الگوها در فضای کسب و کار منجر به بروز جهش‌های چشم‌گیری در راستای تحول سازمانها و شرکت‌ها شده است، به نحوی که حتی کوچک‌ترین و جوان‌ترین شرکت‌ها نیز توانسته‌اند از این طریق، در مدت زمان کوتاهی به رشد سریع و قابل توجهی دست یابند.

جمعیت، واژه‌ای است که به گروهی از «مردم» اطلاق می‌شود. اما ویژگی خاص جمعیت در مفهوم «با هم بودن» است. همین ویژگی است که جمعیت را از سایر گروه‌ها متمایز می‌سازد. از این رو نقش یک «عامل همگرا کننده» در هدایت نیروی جمعی به سمت هدفی ارزشمند، به عنوان اصل اساسی «قدرت جمعیت» به شمار می‌آید. متاثر از همین ویژگی متمایزکننده، جمعیت دارای قوای چشم‌گیر است؛ که کمتر قدرتی را توان رویارویی با آن است. استفاده از این قدرت، پیش‌ران تحولات شگرفی در حوزه‌های اجتماعی و سیاسی، و در سال‌های اخیر در حوزه کسب و کار بوده است.

بر این اساس، بین گونه‌های مختلف تحرکات توده‌های بزرگ جمعیت (نظیر انقلاب‌های مردمی) تفاوت‌های متعددی بروز می‌یابد. انقلاب، یک حرکت خودجوش جمعی است که از حس آزادی خواهی و عدالت طلبی فطرت آحاد یک جامعه نشأت می‌گیرد. لکن به مقصد و مقصود رسیدن آن مشروط به اتحاد و انسجام توده‌های مردم است که از آن، تعبیر به «وحدت کلمه» می‌شود. به عنوان نمونه، انقلاب اسلامی ایران نیز در سایه همین اصل اساسی، یعنی حرکت

یکپارچه توده‌های مردمی به رهبری حکیم فرزانه‌ای به نام امام خمینی (ره)، که در راستای یک هدف متعالی، یعنی برافرازی پرچم اسلام و برپایی حکومت الهی انجام می‌شد، به ثمر رسیده است. «همین وحدت در یک جمعیت محدود و در یک کشور محدود با ابرقدرتها چه کرده است. بیخود نیست که همه رسانه‌های گروهی تمام کشورها تقریباً، کشورهای بزرگ مسلماً و بعضی کشورهای دیگر، همشان را صرف این می‌کنند که ایران را در نظر مسلمان‌ها بد جلوه بدهند، جمهوری اسلامی را بد جلوه بدهند ... این انسجامی که در ایران پیدا شده است و پرتوش دارد در سایر بلاد مسلمان هم می‌رود، این یک خطر بزرگی است که تمام منافع ابرقدرتها را منهدم می‌کند و از بین می‌برد. اگر این خوف را نداشتند که ایران سرایت می‌کند این اخوتش به سایر کشورها، کشورها علی‌حده، بودند و ایران علی‌حده، بود و برادری بین ایران و دیگران تحقق پیدا نمی‌کرد شاید این قدر حمله نمی‌کردند به ما، ... ببینند که یک وحدت در یک جمعیت کم و در یک محیط کوچک چطور دنیا را متوجه به خودش کرده است و چطور قدرتهای بزرگ را از خودش ترسانده است» (امام خمینی (ره)).

به دنبال بروز تأثیرات نیروی جمعیت در زندگی بشری اعم از امور مادی و معنوی، محافل آکادمیک تلاشی را در جهت فرموله کردن و مدل‌سازی رفتارهای جمعیت و اثرات منبعث از نیروی جمعی، به جریان انداخته‌اند. این تحقیقات، اغلب با رویکرد بهره‌برداری از نیروی جمعیت در حوزه کسب و کار انجام شده است و هم‌اکنون در ادبیات علمی با عنوان «جمع‌سپاری» شناخته می‌شود. معرفی مفهوم جمع‌سپاری در ادبیات علمی و آکادمیک، منجر به ظهور یک دیدمان نوین در فضای کسب و کار شده است و در مدت کوتاهی، تغییرات قابل توجهی در مدل‌های رایج کسب و کار و ادبیات مدیریت ایجاد کرده است. دامنه اثر این دیدمان نه فقط شرکت‌های کوچک، بلکه به برخی سازمان‌های مرجع و دولتی نیز سرایت کرده است.

نگارندگان این کتاب، با قصد زمینه‌سازی انتقال دانش حوزه جمع‌سپاری به محیط آکادمیک و حرفه‌ای کشور عزیزمان ایران، اهتمام به نگارش متن حاضر گماشته‌اند. کتاب حاضر نتیجه یک دوره تحقیق و کار گروهی فشرده و منسجم می‌باشد. در تالیف این کتاب سعی شده است از بروزترین منابع موجود در حوزه جمع‌سپاری استفاده شود، که منابع ارائه شده در پایان هر فصل گویای این امر می‌باشد. به منظور پرهیز از کلی‌گویی و ارائه نمونه‌های عینی، در تمام فصول کتاب مثال‌های واقعی و پیاده‌سازی شده - که اغلب برای عموم هم قابل دسترسی می‌باشند - ارائه شده است. لذا مطالب مندرج در بخش‌های مختلف کتاب می‌تواند برای محققان دانش مدیریت و

مدیران حرفه‌ای در راستای آشنایی با مدل‌های جدید کسب و کار مبتنی بر جمع‌سپاری، به طور مناسبی مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

این کتاب در چهار فصل تنظیم شده است. در فصل اول به معرفی مفاهیم پایه و ادبیات جمع‌سپاری پرداخته شده است. گونه‌شناسی جمع‌سپاری و تجزیه و تحلیل انواع آن، در فصل دوم مورد مطالعه قرار گرفته است. در فصل سوم یکی از انواع جمع‌سپاری تحت عنوان تامین مالی جمعی، به دلیل اهمیت آن، به طور مجزا مورد بررسی قرار گرفته است. فصل چهارم هم به موضوع نوآوری باز در بستر جمع‌سپاری، اختصاص داده شده است.

مولفان امیدوارند به توفیق الهی این کتاب گامی هر چند کوچک در راستای ایجاد درک عمیق‌تر از مفاهیم جمع‌سپاری، آشنایی با مدل‌های کسب و کار جمع‌سپاری و ایجاد انگیزه تحقیق در دانشجویان و مدیران صنعت در حوزه جمع‌سپاری باشد. در پایان خاطرنشان می‌گردد مولفان متواضعانه از نظرات سازنده متخصصان و خوانندگان استقبال نموده و تلاش خواهند کرد که بازخورد آن را در ویرایش‌های آتی اعمال نمایند.

مهدی کشتکار - میر سامان پیشوایی - امیر سالار محمدی

keshtkar@imi.ir

ms-pishvaei@aut.ac.ir

amirsalar.mohammadi@gmail.com

www.crowdsourcing.ir