

عنوان مقاله:

جایگاه جمع سپاری در طراحی و توسعه محصول جدید

محل انتشار:

فصلنامه جهان نوین، دوره 2، شماره 8 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

الهام ازنب - دانشجوی ارشد، مدیریت کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران

لیلا باغ شیرین - دانشجوی ارشد، مدیریت کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران

خلاصه مقاله:

جمع سپاری را می توان یک الگوی کسب و کار مبتنی بر وب دانست. که در سال های اخیر از سوی سازمان ها بسیار مورد توجه قرار گرفته است. که به واسطه یک فراخوان عمومی، از تعداد زیادی از افراد فعال در بستر وب برای کسب راه حل های نوآورانه کمک گرفت. امروزه سازمان ها به طور فزاینده ای جمع سپاری را جهت دسترسی به نیروی انسانی برخط و ارزان قیمت به کار می گیرند. برای موفقیت در فرایند جمع سپاری باید استراتژی هایی جذب، حفظ، نگهداری و افزایش وفاداری جمع کاران اتخاذ شود. تا بتوان از جمع کاران برای حل مسایل کمک گرفت. جمع سپاری را می توان در مدت زمانی کوتاه، با هزینه ای پایین و جلب توجه (جمعیت) به مسئله طراحی و توسعه محصول جدید را از طریق پیشنهادات و راه حل های مسایل به دست آورده و آنها را با هدف ارایه محصولی با کیفیت تر به کار بست. که در درک ارزش مورد انتظار مصرف کنندگان و اطمینان از تناسب محصول تولید شده با نیاز آن بسیار موفق است در جمع سپاری مشارکت افراد و کاربران متخصص و خارج از سازمان برای طراحی محصول بیشتر می شود و باعث اطلاع از سلیقه مشتری و در نتیجه باعث تطابق با سلیقه مشتری و فروش بیشتر محصول می شود. وجود جمع سپاری برای طراحی و توسعه محصول باعث ایجاد مزیت رقابتی و رسیدن سازمان به اهداف استراتژیکی در بازار می شود. هدف مطالعه حاضر این است که به روش توصیفی و با مطالعه برخی نمونه ها، گزارش ها و سایر متون امکان به کارگیری جمع سپاری در طراحی و توسعه محصول را بررسی کند.

کلمات کلیدی:

جمع سپاری، نوآوری، طراحی محصول جدید، توسعه محصول جدید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1142408>

