



نوآوری باز؛ آشنایی با رویکردها، روش‌ها و ظرفیت‌ها

- نوآوری باز؛ رویکردها و روش‌ها
- جُعاله عامل، ظرفیتی فراموش شده
- معرفی پلتفرم‌های نوآوری باز و برگزاری چالش در ایران و جهان

معرفی اندیشکده شفافیت برای ایران

«اندیشکده شفافیت برای ایران» در سال ۱۳۹۳ آغاز به کار کرد. این اندیشکده، زیرساخت حل عمده مشکلات کشور را در تحقق هوشمندانانه و عالمانه «شفافیت» و مفاهیم مرتبط با آن می‌داند. شفافیت برای ایران در مدت فعالیت خود، تعاملات گسترده‌ای با نهادها و بسیاری از سازمان‌های دولتی و عمومی مانند مجلس شورای اسلامی، مجمع تشخیص مصلحت نظام، قوه قضاییه، شورای شهر تهران و برخی شهرستان‌ها و ... برقرار کرده و در قالب مشاوره و اجرای پروژه‌های متعدد، در راستای تحقق شفافیت و سازوکارهای پیشگیری از فساد، حرکت می‌کند. یکی از خصوصیات اصلی طرح‌ها و موضوعات پیشنهادی «اندیشکده شفافیت برای ایران»، تطبیق آن‌ها با اصول دینی، اقتضائات بومی و آخرین تجارب جهانی است که باعث اجراپذیر بودن هرچه بیشتر آن‌ها می‌شود.

صاحب امتیاز: اندیشکده شفافیت برای ایران
(با حمایت مرکز همکاری‌های تحول و پیشرفت ریاست جمهوری)

هیئت تحریریه: مهدی ثنائی، محمدحسین خانی، محمدحسین ملک‌نژاد

دبیر تحریریه: حسنعلی محسنی

دبیر اجرایی: رضا پهلوان سیدآقا

صفحه آرایی و طراحی جلد: پریخ اسدی

نشانی: خیابان جلال آل احمد، جنب دانشکده

اقتصاد دانشگاه تهران، پلاک ۳

شماره تلفن: ۰۲۱-۸۸۳۵۳۰۷۲

وبسایت: TP4.ir

ایمیل: Salam@Tp4.ir

کدپستی: ۱۴۱۱۷۳۴۱۱۷

در این شماره می‌خوانیم

- ۲ نگاهی به مفهوم نوآوری
- ۳ نوآوری بسته چیست؟
- ۴ عوامل فروریزی نوآوری بسته و پدیدار شدن نوآوری باز
- ۱۱ مفهوم نوآوری باز
- ۱۲ رویکردهای نوآوری باز
- ۱۳ روش‌های نوآوری باز
- ۱۵ عوامل کلیدی موفقیت نوآوری باز
- ۱۸ چالش (برگزاری مسابقه حکومتی) و مبنای آن در فقه اسلامی
- ۱۹ جُعاله‌ی عامل، ظرفیتی فراموش شده
- ۲۳ اجرای چالش: امکانات لازم و اجزای طرح رقابت چالشی
- ۳۱ معرفی پلتفرم‌های نوآوری باز و چالش‌ها در دنیا
- ۳۲ معرفی سامانه Open Innovation Community
- ۳۴ معرفی وبسایت دولتی چالش در آمریکا
- ۴۰ مبارزه با تشریفات زائد اداری با چالش: تجربه انگلستان
- ۴۲ معرفی سامانه شهر دموکراتیک
- ۴۶ معرفی پلتفرم HeroX
- ۵۲ معرفی سامانه OpenIDEO
- ۵۵ معرفی برخی پروژه‌ها و پلتفرم‌های برگزاری چالش در ایران

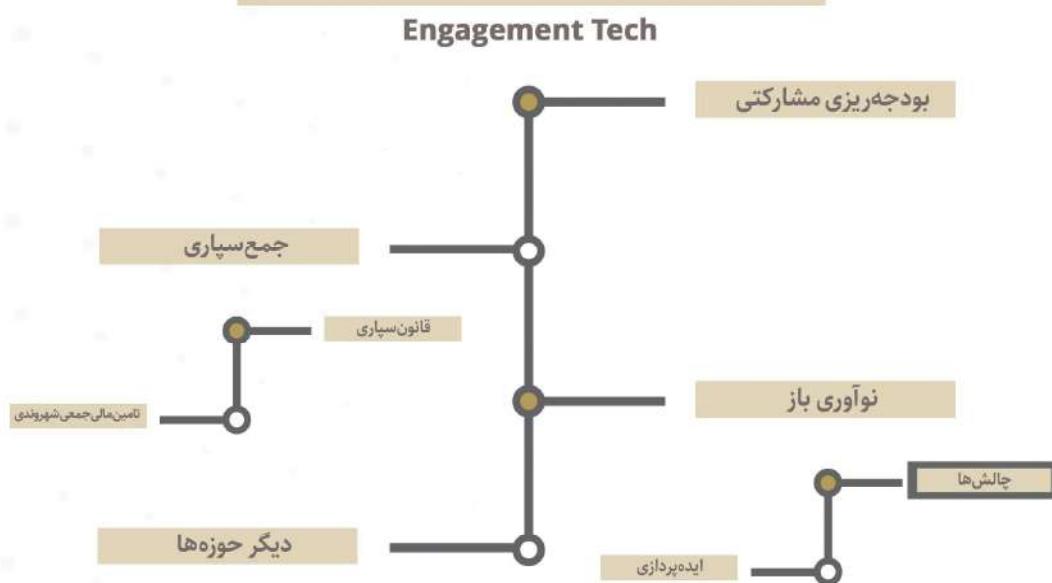


شفا فیت برای ایران

مقدمه

تاکنون در ماهنامه فناوری شهروندی مباحث بودجه‌ریزی مشارکتی، جمع‌سپاری، قانون‌سپاری و تامین مالی جمعی شهروندی را بررسی کرده‌ایم. در ادامه به موضوعات نوآوری باز و برگزاری چالش‌ها اشاره خواهیم کرد. موضوع نوآوری باز به عنوان یک بحث کلی در فناوری شهروندی مطرح شده و پایه مباحث بسیار دیگری مانند جمع‌سپاری شده است. یکی از زیرشاخه‌های این موضوع، بحث برگزاری چالش‌ها برای حل مسائل مختلف به خصوص در سطح حکمرانی و موضوعات شهروندی است که در این شماره بیشتر به آن می‌پردازیم.

گونه‌شناسی اول: فناوری‌های مشارکت شهروندی



شکل: جایگاه موضوع نوآوری باز و چالش‌ها در فناوری شهروندی

نگاهی به مفهوم نوآوری^۱

نوآوری یکی از واژه‌هایی است که امروزه به کرات در فضای کسب‌وکار، مدارس، دانشگاه‌ها و حتی محیط‌های اجتماعی مختلف شنیده می‌شود. اما به راستی این مفهوم که پیوندی تنگاتنگ با مفاهیمی مانند خلاقیت، فناوری، اختراع و اقتصاد دانش‌بنیان دارد، به چه معنا است؟ اگر بخواهیم نوآوری را به زبان ساده بیان کنیم، می‌توان گفت: «ماهیت نوآوری، ایجاد تغییر در محصولات یا خدمات و یا روش خلق و عرضه آن‌ها، با هدف پاسخگویی به بازارهای جدید و نیازهای متغیر مشتریان است. انجام صحیح این تغییرات و موفقیت در آن، منوط به مشاهده پیوندها، کشف فرصت‌ها و استفاده مناسب از آن‌ها است.»

نوآوری ریشه در واژه لاتین «Innovare» داشته و به صورت کلی، به معنای «ایجاد یک چیز جدید» است. «مایکل پورتر»، از صاحب‌نظران حوزه فناوری، نوآوری و مدیریت، پیرامون ماهیت نوآوری می‌گوید: «شرکت‌ها با نوآوری به مزیتی رقابتی می‌رسند که هم فناوری‌های جدید و هم روش‌های جدید انجام کارها را در بر می‌گیرد.» باید دقت داشت که نوآوری صرفاً درباره محصولات تولیدی نبوده و خدمات به‌عنوان بخشی عظیم از اقتصاد جوامع را نیز در بر می‌گیرد. امروزه کلیدواژه «نوآوری در خدمات»، یکی از مباحث جدی و مورد توجه نوآوری در کسب‌وکار را به خود اختصاص داده است.

۱. منبع:

<https://patentoffice.ir/edu/44/>

نکته دیگری که باید به آن اشاره داشت، ابعاد فضای نوآوری است:

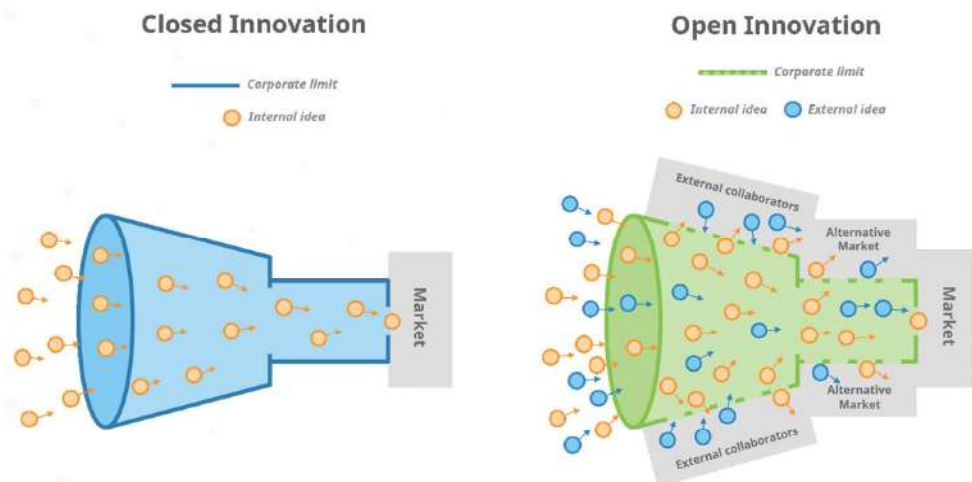
- ۱) نوآوری در محصول که به معنای ارائه یک محصول یا خدمت جدید از سوی یک کسب‌وکار است،
- ۲) نوآوری در فرآیند که بر خلاف نوآوری در محصول، اصلاح و بهبود روش‌های تولید و عرضه یک محصول یا خدمت را هدف قرار می‌دهد (هدف نهایی از نوآوری فرآیند، تقویت بهره‌وری است)،
- ۳) نوآوری در موقعیت که به تغییر در زمینه‌ای که کالا یا خدمت در آن عرضه می‌شود، اشاره دارد و در نهایت،
- ۴) نوآوری در پارادایم که تغییر مدل ذهنی و منطق رفتارهای سازمانی را موجب می‌گردد.

گفتنی است، یک نوآوری لزوماً در یکی از ابعاد چهارگانه فوق قرار نمی‌گیرد. به عبارت بهتر، مرزی روشن بین انواع نوآوری وجود نداشته و گاهی این مرزها کمرنگ شده و حتی از بین می‌روند.

نوآوری بسته چیست؟

سابقاً نوآوری به شکل بسته در واحدهای تحقیقات و توسعه شرکتها صورت می‌گرفت چرا که توزیع‌شدگی دانش به گستردگی شرایط فعلی آن نبود. لذا راهبرد پژوهش درونی و انحصار دانش به عنوان مانعی برای ورود رقبای جدید به بازار به کار گرفته می‌شد. شرکت‌های پژوهش بنیان و بزرگی همچون جنرال الکتریک و آی‌بی‌ام با سرمایه‌گذاری‌های کلان در بخش پژوهش و توسعه درون سازمانی اجازه ورود رقبا را به محدوده خود نمی‌دادند. در آن زمان اگر شرکتی می‌خواست وارد عرصه رقابت شود مجبور بود با منابع فراوان شروع به کار کند و آزمایشگاه‌های ویژه خود را بنا کند. منطق اصلی نوآوری بسته تمرکز درونی است، ویژگی‌های دیگر تفکر نوآوری بسته از این قرار است:

- باید سعی کنیم همیشه بهترین‌ها را استخدام کنیم.
- برای عرضه محصولات و خدمات نوین به بازار چاره‌ای جز کشف و توسعه آن‌ها نیست.
- اگر خودمان کشف کنیم، زودتر از دیگران به بازار می‌رسیم.
- شرکتی که قبل از همه نوآوری را به بازار برساند برنده است.
- اگر بیشترین حجم سرمایه‌گذاری پژوهشی را ما انجام دهیم، بیشترین و بهترین ایده‌ها را ما کشف می‌کنیم و در پی آن پیشتاز بازار خواهیم بود.
- باید دارایی‌های فکری خود را به شدت کنترل کنیم تا رقبای ما به آن دسترسی پیدا نکنند.



عوامل فروریزی نوآوری بسته و پدیدار شدن نوآوری باز^۱

امروزه با کوتاه‌تر شدن چرخه عمر کالاها و فناوری بکار گرفته شده در آنها، مقوله نوآوری اهمیت روزافزونی در تجارت پیدا کرده است. اما در محیط پویا و پیشرفته امروز، نوآوری دیگر در یک سازمان انجام نمی‌شود، بلکه فراتر از مرزهای سازمان پراکنده شده است. بنابراین سازمان‌ها در جستجوی دانش، اطلاعات و شرکا بیرونی به عنوان منابع ارزشمند نوآوری هستند.

اخیرا تغییری از مدل سنتی نوآوری، که عمدتاً بر تحقیق و توسعه داخلی متمرکز داشت به سوی نوآوری باز دیده شده است. از عوامل فروریزی منطق نوآوری بسته، می‌توان به افزایش جابه‌جایی افراد با تجربه و ماهر، روند فزاینده آموزش‌های دانشگاهی، افزایش نقش سرمایه‌گذاران خطرپذیر خصوصی، افزایش پیوسته دانش مشتریان و تامین‌کنندگان و کوتاه‌شدن عمر فناوری اشاره کرد.

ظهور پارادایم نوآوری باز در فضای مدیریت نوآوری تصدیق می‌نماید که سازمان‌ها به منظور تضمین موفقیت خود در توسعه محصولات جدید، افزون بر تحقیق و توسعه درونی نیازمند توسعه همکاری‌های خود با شرکای بیرونی هستند. در غیر این صورت، و با ادامه‌ی روند نوآوری بسته، بدون آن‌که حتی نگاهی به دست‌آوردهای نوآوری باز داشته باشند، محکوم به شکست خواهند بود.

۱. منبع:

دهقانی پوده، حسین؛ اخوان، پیمان؛
حسینی سرخوش، سید مهدی. (۱۳۹۲).
افزایش موفقیت توسعه محصول جدید
مبتنی بر رویکرد نوآوری باز (مطالعه
موردی در یک سازمان پژوهشی).
مدیریت نوآوری ۲ (۲)، ۴۵-۶۸.
منطقی، منوچهر؛ حسن‌آبادی، پریسا.
(۱۳۹۵). الزامات گذر از نوآوری بسته به
نوآوری باز. فصلنامه رشد فناوری ۱۲ (۴۶):
۲۶-۳۳



سه مورد زیر از مهم‌ترین دلایل ناکامی نوآوری بسته تلقی می‌شوند:

دلایل ناکامی نوآوری بسته

عامل ناکامی: افزایش دسترسی به کارگران ماهر و جابجایی بیشتر آن‌ها

توضیح

این عامل خود از عوامل دیگری سرچشمه می‌گیرید؛ از جمله افزایش شدید دانش آموختگان و دانشجویان دوره‌ی تحصیلات تکمیلی در دانشگاه‌ها و گسترش شگفت‌انگیز ابزارهای ارتباطی در اجتماع که زمینه را برای جذب نیروهای یک سازمان توسط یک سازمان دیگر فراهم می‌کند. در واقع در این شرایط شرکت‌ها بسیار ساده‌تر از چند سال قبل می‌توانند با استخدام نیروی کار دیگر شرکت‌ها و یا با به‌کارگیری مشاوران پیشین آن‌ها، از آموزش و تجربه‌ی آن شرکت‌ها سود ببرند بدون این که ناچار باشند پولی به این شرکت‌ها بپردازند.

عامل ناکامی: بازار سرمایه‌گذاری خطرپذیر

توضیح

یکی از عوامل مهم فروپاشی پارادایم نوآوری بسته، افزایش حجم سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر است. در واقع ناتوانی مالی شرکت‌های نوپا مهم‌ترین عاملی بود که در گذشته باعث می‌شد آن‌ها نتوانند نیروهای نخبه را جذب کنند و به همین دلیل از غافله‌ی نوآوری در صنعت خود عقب می‌ماندند. با رشد حجم سرمایه‌گذاری خطرپذیر و سودآور بودن آن برای صاحبان سرمایه (و بالطبع رشد بیشتر آن) شرکت‌هایی که سرمایه‌ی کلانی صرف توسعه و پژوهش درونی کرده بودند به دردسر افتادند. شرکت‌های نوپا به پشتوانه‌ی این سرمایه‌گذاری‌ها می‌توانستند کارکنان پژوهشی شرکت‌های بزرگ را جذب کنند و عملاً دانشی را که مزیت رقابتی شرکت‌های بزرگ بود به چنگ بیاورند.

عامل ناکامی: وجود گزینه‌های بیرونی برای تجاری‌سازی ایده‌های روی قفسه مانده

توضیح

ترکیب دو عامل نخست و دوم باعث گشوده شدن راه دومی در بیرون از شرکت‌ها برای رساندن ایده‌ها به بازار شده است. به بیان دیگر اگر ایده‌ای تا زمان دست‌به‌کار شدن گروه توسعه بر روی قفسه‌ها دست نخورده باقی بماند، ممکن است خود راهی به بیرون بیاید.

البته هنوز هم بسیاری از صنایع دچار فروریزی در مدل نوآوری بسته نشده‌اند و همچنان در این فضا کار می‌کنند و موفق هستند، مانند صنعت هسته‌ای یا هواپیمایی.

نوآوری باز در مقایسه با نوآوری بسته اصولی دارد که معمولا در تضاد باهم هستند. در ادامه این اصول ناهم‌خوان را مشاهده می‌کنید.

اصول ناهم‌خوان نوآوری بسته و باز

اصول نوآوری باز

تمام انسان‌های باهوش برای ما کار نمی‌کنند، ما چاره‌ای نداریم جز این که با افراد باهوش درون و بیرون از سازمان همکاری کنیم.

اصول نوآوری بسته

باهوش‌ترین آدم‌ها برای ما کار می‌کنند.

پژوهش و توسعه برون سازمانی می‌تواند بسیار ارزش‌آفرین باشد، پژوهش و توسعه درون سازمانی باید بخشی از این ارزش را تصاحب کند.

سرچشمه‌ی پژوهش حتماً نباید درون سازمان باشد تا از آن سود ببریم.

اگر به بهترین شیوه از ایده‌های درون و برون سازمانی استفاده کنیم، برنده‌ایم.

باید از استفاده دیگران از دارایی‌های فکری‌مان سود ببریم و اگر دارایی‌های فکری دیگران به پیشبرد مدل کسب‌وکار ما کمک می‌کند، آن‌ها را نیز بخریم.

برای سودآوری پژوهش و توسعه، ناگزیر باید خودمان کار اکتشاف، توسعه و ارسال برای مشتری را در نظر بگیریم. (رشد عمودی)

اگر چیزی را زودتر از بقیه کشف کنیم، آن را زودتر از بقیه به بازار خواهیم رساند.

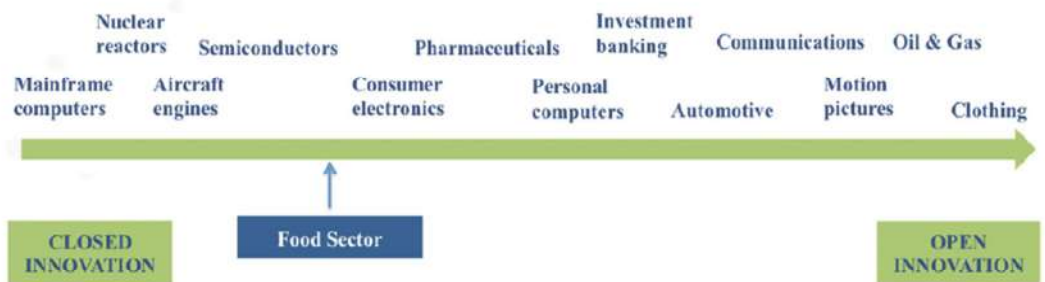
شرکتی که نوآوری را زودتر به بازار می‌رساند برنده می‌شود.

باید بر دارایی‌های فکری خود کنترل داشته باشیم تا رقبا از ایده‌های ما سود نبرند.

صنایعی که در فضای نوآوری باز کار می‌کنند، تفاوت‌های محسوسی با صنایع موجود در فضای نوآوری بسته دارند. به منظور توجه بیشتر، آن‌ها را در یک جدول مقایسه کرده‌ایم:

مقایسه صنایعی که در فضای نوآوری بسته و باز کار می‌کنند

نوآوری باز	نوآوری بسته
نمونه‌هایی از صنایع مربوطه	
رایانه‌های شخصی و فیلم‌سازی	راکتورهای هسته‌ای و رایانه‌های بزرگ
منبع ایده	
انبوه ایده‌های بیرونی	بیشتر ایده‌ها درونی
جابجایی کارکنان	
جاب‌جایی گسترده	جاب‌جایی کم
سرمایه‌گذاری خطرپذیر	
فعال	اندک
شرکت‌های نوپا	
شرکت‌های نوپای فراوان	شرکت‌های نوپای کم و ناتوان
اهمیت دانشگاه‌ها	
فراوان	ناچیز



CLOSED INNOVATION

Food Sector

OPEN INNOVATION



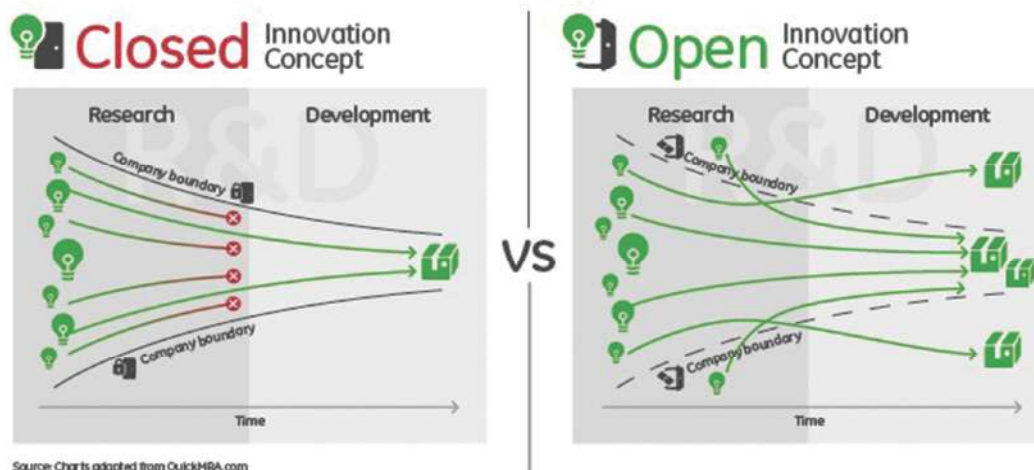
نگاهی به مفهوم نوآوری باز^۱

نوآوری باز، اصطلاحی که سال ۲۰۰۳ توسط هنری چسبرو ارائه شده است، عبارت است از: استفاده هدفمند از جریان دانش درون و بیرون سازمان به منظور تسریع نوآوری درونی و توسعه بازار برای استفاده بیرونی از نوآوری.

در فضای نوآوری باز، مرزهای سازمانی نفوذپذیر هستند. شکل زیر مدل نوآوری باز و سه مرحله آن را نشان می‌دهد که عبارتند از: تحقیق، توسعه و تجاری‌سازی. کیفیت نوآوری، از تولید ایده‌ها تا تجاری‌سازی محصولات / فناوری‌ها در بازار، با خطچین نشان داده شده است، که نشان‌دهنده نشت‌پذیری مرزها هستند.

۱. منبع:

منطقی، منوچهر؛ حسن‌آبادی، پریسا، (۱۳۹۵). الزامات گذر از نوآوری بسته به نوآوری باز. فصلنامه رشد فناوری ۱۲ (۴۶): ۲۶-۳۴



شرکت‌هایی که نوآوری باز را می‌پذیرند، از منابع فناوری بیرونی برای قدرتمند کردن کسب و کارشان استفاده می‌کنند. همچنین مالکیت فکری فناوری توسعه یافته درونی را که برای استفاده داخلی ارزشمند نیست، در اختیار شرکت‌های دیگر با مدل‌های کسب و کار مختلف قرار می‌دهند و از این طریق سود می‌برند. از این‌رو هدف اصلی راهبرد نوآوری باز بهبود کارایی فرایند نوآوری، اهرم کردن دانش بیرونی و کسب درآمد از پتنت‌های بی‌استفاده از طریق توافقات مدیریت مالکیت فکری است.

رویکردهای نوآوری باز^۱

برخلاف تصور غالب که نوآوری باز را یک جریان یک سویه تصور می‌کند که در آن ایده‌های نوآورانه از بیرون به درون سازمان جاری می‌گردند، این مفهوم جریان یافتن دانش و فناوری به بیرون از سازمان را نیز شامل می‌گردد. شکل کامل نوآوری باز زمانی اتفاق می‌افتد که این دو جریان به صورت توأمان اتفاق افتند. در ادامه به رویکردهای اصلی در نوآوری باز اشاره می‌شود:

۱- منبع:

صفدری رنجبر، مصطفی؛ منطقی، منوچهر؛ توکلی، غلامرضا. (۱۳۹۳). نوآوری باز: نگاهی جامع بر مفاهیم، رویکردها، روندها و عوامل کلیدی موفقیت. فصلنامه رشد فناوری ۱۰ (۴۰): ۱۰-۱۷.



فرایند بیرون به درون

غنی ساختن دانش سازمان از طریق بهره‌گیری از منابع بیرونی دانش مرتبط با تامین‌کنندگان، مشتریان، رقبا و دانشگاه‌ها. این فرایند می‌تواند از طریق شناسایی و جذب منابع بیرونی ایده‌ها، میزان نوآوری سازمان را ارتقا دهد.

فرایند درون به بیرون

این فرایند به کسب سود از طریق روانه کردن ایده‌های درونی به بازارها، فروختن مالکیت فکری و تجاری‌سازی فناوری‌ها از طریق انتقال ایده به محیط خارجی اشاره دارد. شرکت‌هایی که فرایند درون به بیرون را به کار می‌گیرند، بر بیرونی ساختن دانش درونی به منظور تجاری‌سازی سریع‌تر ایده‌ها تمرکز دارند.



روش‌های نوآوری باز^۱

همانطور که در قسمت قبل اشاره شد، نوآوری باز می‌تواند از طریق رویکردهای بیرون به درون، درون به بیرون و ادغام شده صورت پذیرد. هر یک از رویکردهای فوق دارای روش‌هایی هستند که در جدول زیر به آن‌ها اشاره شده است:

۱. منبع:

صفدری رنجبر، مصطفی؛ منطقی، منوچهر؛ توکلی، غلامرضا. (۱۳۹۳). نوآوری باز؛ نگاهی جامع بر مفاهیم، رویکردها، روندها و عوامل کلیدی موفقیت. فصلنامه رشد فناوری ۱۰ (۴۰): ۱۰-۱۷

بیرون به درون



سرمایه‌گذاری خطرپذیر

Venture Capital

سرمایه‌گذاری بر فناوری‌های نوید بخش خارجی مخاطره‌آمیز با آینده‌ای مبهم



سرمایه‌گذاری مشترک

Joint Venture

تاسیس یک سرمایه‌گذاری مشترک در همکاری با سایر شرکت‌ها جهت توسعه و تجاری‌سازی فناوری‌ها



اخذ مجوز

Licensing-in

کسب یک مجوز جهت بهره‌برداری از فناوری‌ها



خرید

Purchasing

خرید فناوری (دارایی‌های فکری، ثبت اختراعات، کپی رایت) از منابع خارجی



شبکه‌سازی خارجی

External Networking

همکاری با شرکای خارجی جهت اکتساب دانش و فناوری جدید (مشورت با خبرگان خارجی و به اشتراک‌گذاری اطلاعات)



مشارکت مشتری

Customer Involvement

مشارکت دادن مشتریان در فرایندهای نوآوری (تحقیقات بازار برای کشف نیازهای مشتریان و توسعه محصولات بر مبنای نظرات و اصلاحات خواسته شده توسط آن‌ها)



ادغام و اکتساب

Merging & Acquisition

اکتساب شرکت‌ها یا ادغام با شرکت‌های صاحب فناوری‌های نوید بخش در شرایطی که توسعه داخلی فناوری دشوار است.



برون‌سپاری قراردادهای تحقیق و توسعه

Outsourcing

خرید خدمت تحقیق و توسعه از سایر سازمان‌ها مانند دانشگاه‌ها، سازمان‌های تحقیقاتی عمومی و خصوصی و متخصصان و مهندسان

درون به بیرون



شرکت‌های زایشی

Spin off

خلق شرکت‌های جدید مبتنی بر دانش درونی و حمایت کامل از آن‌ها توسط شرکت مادر



منبع باز

Open Source

برده برداشتن و معرفی کردن فناوری‌های داخلی بدون توجه به منافع مالی مستقیم در کوتاهمدت



اعطای مجوز

Licensing-out

اعطای مجوز بهره‌برداری از فناوری‌های درونی به شرکای خارجی به جای تجاری‌سازی مستقیم توسط خود شرکت



فروش

Selling

فروش فناوری‌های داخلی (دارایی‌های فکری، ثبت اختراعات، کپی رایت‌ها) به بازار جهت کسب منافع بیشتر از آن‌ها

«چالش»، سازوکاری بهینه برای حل مسائل دولتی

«چالش» (challenge) یا همان مسابقه دولتی، سازوکاری نوآورانه و بسیار کم‌هزینه برای اجرای پروژه‌های دولتی است که به دلیل فواید بسیار آن نسبت به سایر راهکارها مورد توجه کشورهای پیشرفته است. چالش از موضوع نوآوری باز نشأت گرفته و از زیرمجموعه‌های اصلی آن به شمار می‌رود.

سال‌هاست که کیفیت اجرا و نحوه واگذاری پروژه‌های دولتی (حاکمیتی) مورد بحث است و مشکلات ناشی از اجرای ضعیف و ناکارآمد این‌گونه پروژه‌ها و فسادهای بی‌شمار در ارائه آن‌ها گریبان‌گیر کشور است. بسیاری از پروژه‌های دولتی با هزینه‌های گزاف انجام می‌شوند و بسیاری از آن‌ها صرفاً به افرادی خاص مانند اساتید دانشگاه‌های برجسته تهران یا مجموعه‌هایی مشخص سپرده می‌شوند. یکی از راهکارهای حل این موضوع، برگزاری چالش است.

«چالش» سازوکاری است که در آن دستگاه‌های حکومتی و حتی بخش خصوصی مسئله خود را با دقت و بیان جزئیات مد نظر مطرح می‌کنند و از کارشناسان، ذی‌نفعان، دانشجویان و حتی عموم مردم درخواست می‌کنند که در ازای دریافت پاداش مشخصی به این مسئله پاسخ دهند.



عوامل کلیدی موفقیت نوآوری باز^۱

پژوهشگران و صاحب‌نظران حوزه نوآوری باز معتقدند که دامنه وسیعی از عوامل درونی و بیرونی بر شکل‌گیری نوآوری باز موثر هستند. عوامل درون سازمانی متعددی شامل کمیت و کیفیت کارکنان، اندازه شرکت، قدمت شرکت، سهم بازار شرکت، جهت‌گیری استراتژیک، اهداف شرکت، فرهنگ سازمانی و غیره می‌توانند بر نوآوری باز تاثیرگذار هستند.

فلین و زنگر^۲ در سال ۲۰۱۳ بیان کردند که سبک مدیریت و حاکمیت شرکت با اثرگذاری بر عوامل زیر می‌تواند بر نوآوری باز تاثیر فراوان داشته باشد: انواع مختلف کانال‌های ارتباطی برای تسهیم و به اشتراک‌گذاری دانش، انواع مختلف مشوق‌ها و عوامل انگیزشی و انواع مختلف حقوق مالکیت برای کسب ارزش متناسب با نوآوری. از طرفی گاسمن در سال ۲۰۰۶ بیان می‌کند که نوآوری باز در بسترهایی با ویژگی جهانی‌سازی، فناوری محوری و مدل‌های کسب و کار جدید بهتر شکل می‌گیرد. در ادامه برخی از مهمترین عوامل کلیدی موفقیت نوآوری باز را بررسی خواهیم کرد.

۱. منبع:

صفدری رنجبر، مصطفی؛ منطقی، منوچهر؛ توکلی، غلامرضا. (۱۳۹۳). نوآوری باز: نگاهی جامع بر مفاهیم، رویکردها، روندها و عوامل کلیدی موفقیت. فصلنامه رشد فناوری، ۱۰(۴۰): ۱۰-۱۷.
<https://biznegar.com/fa/article/32831>

Fellin & Zenger

۲.



عوامل انسانی (رهبر، تکمیل‌کننده)



شبکه‌سازی خارجی



واسطه‌های نوآوری

عوامل کلیدی موفقیت در نوآوری باز



مدل کسب و کار



ظرفیت جذب



هوشمندی فناوری

شبکه‌سازی خارجی (External Networking)

شبکه خارجی متشکل از سازمان‌ها و شرکت‌هایی است که در انتقال دانش و فناوری به روش‌های رسمی و غیررسمی در قالب شبکه مشارکت دارند. این قابلیت ارتباطی موجب می‌شود شرکت روابط غیررسمی و تعاملاتی با سایر شرکت‌ها در صنایع و فناوری‌های دیگر و همچنین رقبا برقرار کند. این قابلیت همچنین منجر به مشارکت و همکاری‌های تحقیقاتی با دانشگاه‌ها و موسسات تحقیقاتی می‌شود.

میانجی‌ها یا واسطه‌های نوآوری (Innovation Intermediaries)

در سال‌های اخیر، بازارهای اینترنتی برای واسطه‌های نوآوری، اهمیت زیادی پیدا کرده‌اند. بازارهای اینترنتی آنلاین یا الکترونیک که بستر لازم برای تبادل دانش و فناوری میان خریداران و فروشندگان مختلف را فراهم می‌سازد، نوعی از واسطه‌های نوآوری هستند که نقش مهمی در تبادل فناوری و آشنایی شرکت‌ها با هم بازی می‌کنند.

توانمندی جذب (Absorptive Capacity)

هنگامی که شرکت‌ها ساختار خود را برای حرکت به سمت نوآوری باز تغییر می‌دهند، دانش خارجی هم باید سازماندهی و با ساختار و فرهنگ سازمان تطابق یابد. توانایی جذب از فرایندهای تحقیق و توسعه داخلی منتج می‌شود و همچنین از محیط خارجی نیز تأثیر می‌پذیرد.



مدل کسب و کار (Business Model)

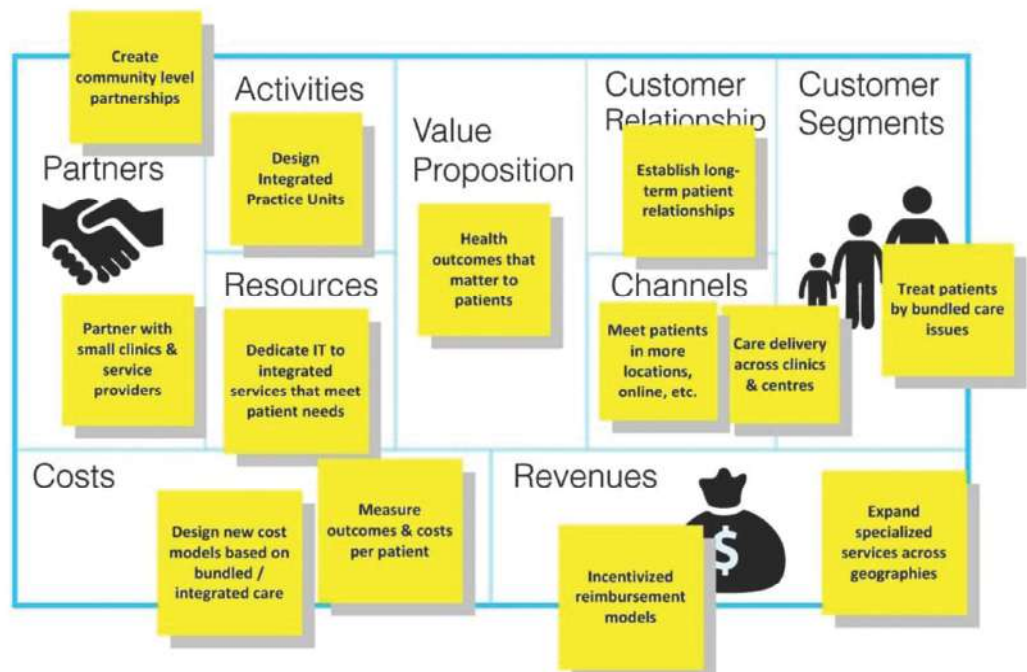
مدل کسب و کار شرکت نشان‌دهنده منطق ایجاد ارزش برای ذینفعان و خلق مزیت رقابتی و سود برای شرکت است. شرکت‌ها نیاز به تطبیق مدل کسب و کارشان با نوآوری باز دارند. در نوآوری باز، یک شرکت با تأمین‌کنندگان و مشتریان فناوری برای بهبود ظرفیت‌های نوآوری داخلی خود یا گسترش بازار برای خارج کردن نوآوری‌های داخلی همکاری می‌کند.

هوشمندی فناوری (Technology Intelligence)

عبارت است از پایش و رصد محیط به منظور جمع‌آوری، تحلیل، انتشار و کاربرد اطلاعات فناورانه در راستای بهبود فرآیندهای برنامه ریزی و تصمیم‌گیری در حوزه‌ی سازمان. در این زمینه پورتر نیز به اهمیت داده کاوی اشاره کرده است.

عوامل انسانی (Human Factors)

نوآوری باز بستگی به حمایت از طرف مدیریت ارشد سازمان دارد. جنبه‌های انسانی نوآوری باز نظیر رهبری، اعتماد، انگیزش و فرهنگ که توجه و یا بی‌اعتنایی به آنها تأثیر چشمگیری در گذار موفق و ناموفق سازمان از نوآوری بسته به نوآوری باز دارد. بدون حمایت مدیران ارشد نوآوری باز در حد یک شعار در سازمان باقی می‌ماند. گرایش مدیران و سازمان‌ها به درون‌گرایی یکی از عوامل عدم رشد نوآوری باز در ایران است.



همانگونه که قبلاً بیان کردیم، برگزاری مسابقه حکومتی (چالش)، یکی از راهکارهای اصلی ارتقای کارآمدی در زمینه‌ی حل مسائل کشور است. جالب است بدانید این مفهوم در فقه اسلامی نیز ریشه داشته و یکی از عقود اسلامی به شمار می‌رود.

چالش (برگزاری مسابقه حکومتی) و مبنای آن در فقه اسلامی

یکی از راه‌حل‌های تجربه شده در دنیا برای حل مسائل حکومتی و دولتی، برگزاری مسابقه و چالش هست. این شیوه که مبنای آن در مفهوم نوآوری باز نهفته هست می‌تواند راه‌حل‌های متعددی را پیش روی دولت‌ها قرار دهد. در این راستا ابزار مناسبی در منابع فقهی ما موجود است که به کمک آن‌ها می‌توان به نیازهای گوناگون کشور به شیوه‌ای بهینه پاسخ داد. اما این ظرفیت مورد غفلت واقع شده و هنوز آنگونه که باید به آن پرداخته نشده است. می‌توان یک «مسابقه حکومتی» بر مبنای «جعل‌هی عام» را جایگزین رویکردهای مرسوم کرد. در این مسیر، تجربه‌ی موفق دیگر کشورها در برگزاری روشی نوآورانه به نام چالش (Challenge) بسیار مفید و کاربردی است.



Solve it
Open Innovation
Challenge

جُعَاله‌ی عام، ظرفیتی فراموش شده

عقود معاملاتی ابزاری برای پاسخ‌گویی به مسائل جامعه هستند که در دین ما به فراخور نیازهای گوناگون مردم، به اشکال متنوعی قرار دارند. ولی در کشور ما اکثر معاملات با عقد «بیع»، «اجاره» و بعضاً «جُعَاله‌ی خاص» صورت می‌گیرد به طوری که گویی عقود دیگر اصلاً وجود ندارند. «جُعَاله‌ی عام» از جمله‌ی همین عقود است که تقریباً فراموش شده و از ظرفیت آن در رفع نیازهای کشور استفاده نمی‌شود.

تعریف، ارکان و انواع جُعَاله

دو رکن اصلی «جُعَاله»، جاعل و عامل هستند که اولی همان کسی که انجام کاری را درخواست می‌کند و دومی، کسی است که کار درخواستی را انجام می‌دهد و البته جُعَل که همان عَوْض و مزد است هم رکن سوم این عقد معاملاتی است.

تعریف عقد جُعَاله: جُعَاله عبارت است از التزام به پرداخت اجرت و پاداش معلوم در مقابل عملی، اعم از این‌که عامل کار، معین باشد یا نه. جُعَاله به اعتبار چگونگی ایجاب و پیشنهاد آن، بر دو قسم است:



جُعَاله عام

که در آن، هدف جاعل، رسیدن به مقصود خود است و برای او فرقی ندارد که توسط چه کسی انجام پذیرد، مثلاً می‌گوید، هر کس فلان کار را انجام دهد، این قدر پاداش می‌دهم.

جعاله‌ی عام و چالش (Challenge)

با اینکه کاربرد و آشنایی نسبت به جعاله در جامعه‌ی ما چه بین مردم و چه مسئولین زیاد نیست؛ اما، «جعاله‌ی خاص» در نظام بانکداری تا حدودی مورد استفاده قرار می‌گیرد. همچنین در برخی قراردادهای از جمله واگذاری پروژه‌ها و ... کاربرد «جعاله‌ی خاص» را می‌بینیم. اما از «جعاله‌ی عام» در مسائل حکومتی به طور کامل غفلت شده است به صورتی که تقریباً هیچ استفاده‌ای از آن نمی‌شود. در «جعاله‌ی عام»، اگر قصد جاعل، پرداخت اجرت یا پاداش به کسی باشد که کار را انجام می‌دهد، پاداش به تمام کسانی که کار را به پایان برسانند، تعلق می‌گیرد، اما اگر مقصود جاعل پرداخت اجرت به نخستین کسی باشد که کار را به پایان می‌رساند، اجرت تنها به او پرداخت می‌شود.

سازوکاری نوآورانه و پربازده‌ای به نام چالش (Challenge) بسیار شبیه به صورت دوم «جعاله‌ی عام» است. این مسابقات حکومتی تجربیات بسیار موفقی در کشورهایمانند آمریکا، انگلستان و ... داشته است.

مقایسه رویکرد مبتنی بر جُعاله عام و رویکرد پروژه‌ای

همانگونه که بیان شد، «چالش» (challenge) یا همان مسابقه دولتی، سازوکاری نوآورانه و بسیار کم‌هزینه برای اجرای پروژه‌های دولتی است. از سوی دیگر رویکردی سنتی در ارائه طرح‌ها و نیازهای پژوهشی دولتی مورد استفاده قرار می‌گیرد که بطور خلاصه «رویکرد پروژه‌ای» نامیده می‌شود. در ادامه و بطور مختصر این دو رویکرد را با یکدیگر مقایسه می‌کنیم.

رویکرد مبتنی بر جُعاله عام	محورها	رویکرد پروژه‌ای
متعدد	تعداد خروجی‌های در دسترس	یک
بیشتر	احتمال دستیابی به نتیجه	کمتر
بیشتر	کیفیت خروجی‌ها	کمتر
کمتر	درگیری مجری در فرآیند پژوهش	بیشتر

دامنه تحریک تقاضا

بسیار گسترده (توزیع شده)

اندک (فردی)

رقابت در انجام کار

بسیار زیاد

اندک

تأثیر بر روابط دانشگاه و حاکمیت

گسترده

اندک

بهره‌گیری از دامنه دانش

دانش گسترده و توزیع شده

دانش محدود و متمرکز

فرایند ارزیابی

می‌تواند همانند اصل پروژه، بصورت توزیع شده صورت پذیرد که یادگیری و فواید خاص خود را دارد.

نیازمند تدبیر مستقل

دانش انباشته سامانه

پژوهشگران و استعداد‌های پراکنده در سطح کشور، به همراه تخصص‌ها و تجارب آنها.

فاقد دانش انباشته

امکان بهره‌گیری عموم از نتایج

ممکن

محدود

اعتماد عمومی به قراردادهای دولتی

بسیار بیشتر

کمتر

اجرای چالش: امکانات لازم و اجزای طرح رقابت چالشی

اگر سازمان شما به دنبال اجرای یک رقابت چالشی است، نکاتی که در ادامه مطرح می‌شود قطعاً مفید خواهد بود.

امکانات/قابلیت‌های میزبانی پلتفرم چالش

برگزاری هر چالشی، نیازمند میزبانی یک پلتفرم است. در ادامه امکانات و قابلیت‌های این پلتفرم‌ها را بیان می‌کنیم. هرچه پلتفرم امکانات بیشتر و همچنین تعداد کاربران بالاتری داشته باشد، احتمال موفقیت چالش شما بیشتر خواهد بود:

- تبلیغات صفحه اصلی: عنوان، لوگو، فراخوان (خلاصه)، مقدار پاداش، سازمان، تاریخ‌ها
- صفحه سازمان همراه با کلیات، صفحه بحث و گفتگو، فهرست رقابت‌های چالشی سازمان
- صفحه چالش
 - کلیات، قواعد، تاریخ‌ها، نحوه ارائه پیشنهاد، شرایط پاداش‌ها (مقدار و جزئیات ریز)
 - داوری‌ها (اختیاری) و معیارهای داوری
 - صفحه بحث و گفتگو
 - پذیرش ارسال‌ها (از طریق فرم استاندارد که به مدیر و تیم چالش ایمیل می‌شود)
 - رای‌گیری عمومی (امتیازدهی از طریق نمره‌دهی ۵ ستاره، اختیاری)
 - نشان دادن راهکارها (اختیاری)
 - نشان دادن برنده همراه با خلاصه و لینک‌ها
 - قابلیت افزودن لوگوها، ویدئوها و رسانه‌های دیگر در قسمت‌های مختلف

درباره رقابت‌های چالش و پاداش

شما همچنین باید تعیین کنید راه‌حلی که به دنبالش هستید با کدام یک از روش‌های رقابت برای پاداش، کمک هزینه یا قرارداد سنتی مطابقت دارد. در واقع ممکن است همه‌ی مسائل از طریق برگزاری چالش حل نشوند و همان روش سنتی، روش کارآمدی باشد.

شما از طریق یک قرارداد، نیازمندی‌هایی که دارید را به صورت دقیق مشخص می‌کنید. در واقع بیان می‌کنید که از شرکت چه می‌خواهید و آنها چه چیزی را باید در انتها به شما تحویل دهند. یعنی انتظار دارید که شرکت کار را تحویل خواهد داد و بدون توجه به نتیجه کار به آنها دستمزد پرداخت خواهد شد.

از سوی دیگر، از طریق رقابت چالش، مسئله را تعریف و چارچوب نتیجه نهایی مطلوب را، ترسیم می‌کنید. چاره‌جویان مسئله وارد رقابت می‌شوند. آنها می‌توانند با خلاقیت و آزادانه در راستای اعطای بهترین نتیجه به شما تلاش می‌کنند. اگر این افراد، معیارهای شما را کسب کرده و به عنوان برنده شناخته شود، پاداشی به او می‌دهید (مالی، تشویقی یا ترکیبی از آنها) و رابطه قراردادی شما تکمیل می‌شود. این چارچوب هزاران نفر را با استعدادها و مهارت‌های مختلف به منظور شرکت و همکاری با دولت به روشی آسان (از نظر موانع ورود به مسابقه) و اغلب با ریسکی پایین گرد هم جمع می‌کند.

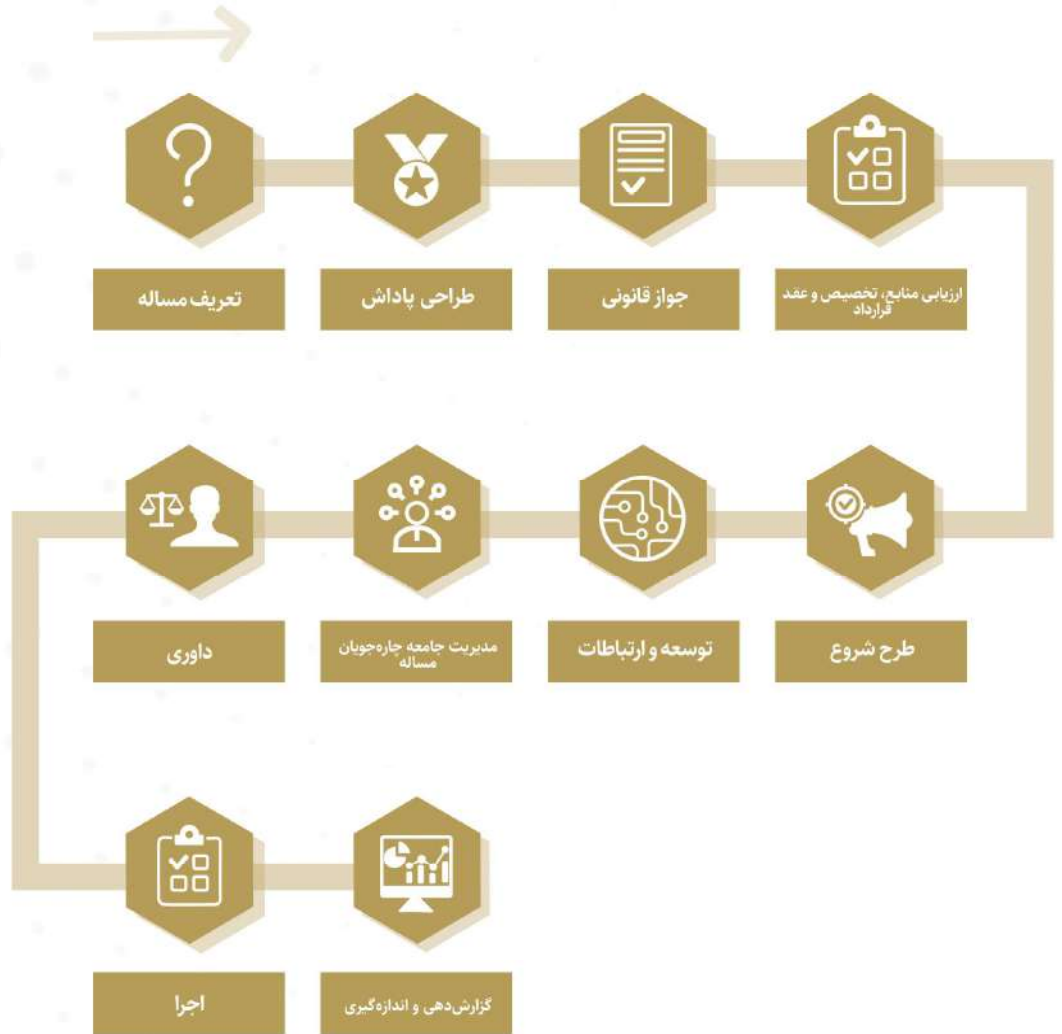
مزایای رقابت‌های دارای پاداش

مزایای رقابت‌های دارای پاداش به شرح زیر هستند:



اجزای طراحی رقابت چالشی

برای طراحی رقابت چالشی این مراحل باید طی شود.



اجرای چالش

سازوکار اجرای چالش را می‌توان در مراحل زیر خلاصه کرد:

۱. مرحله ثبت چالش توسط دستگاه‌های دولتی یا بخش خصوصی برگزارکننده

اولین قدم در برگزاری چالش، اعلام نیاز از طرف یکی از دستگاه‌های حاکمیتی (بخش خصوصی) است. در این مرحله، سازمانی که می‌خواهد مساله خود را از طریق چالش حل کند، سوال دقیق خود را به همراه جزئیاتی از نحوه پاسخ و جوایز مد نظر ارائه می‌کند.

۲. مرحله ثبت و ارائه‌ی راهکارها و تحقیقات از سوی افراد متقاضی

متقاضیان شرکت در چالش در سه دسته‌ی شرکت‌های نوپا، متوسط و بزرگ به رقابت می‌پردازند و پاسخ‌های ارسالی خود را برای مقایسه در دسته متناسب با خود ارسال می‌کنند. سطح‌بندی شرکت کنندگان به این دلیل است که همه افراد و شرکت‌های فعال در حوزه‌ی مورد سوال انگیزه‌ی شرکت در چالش را داشته باشند. این نظام پرداخت جوایز باعث ایجاد اشتیاق در مخاطبان شده و هیچ ایده‌ای به دلیل ترس از شکست در رقابت، حذف نمی‌شود.

۳. مرحله ارزیابی راهکارها و اعلام برنده

در این مرحله متقاضی برگزاری چالش عموم پاسخ‌های دریافتی را در دسته‌های مربوط به خود بررسی کرده و منتخبان را معرفی می‌نماید. البته در این مرحله هم می‌توان چالش دیگری برگزار کرد. به این صورت که نظرات مخاطبین در معرض چالش قرار گیرد تا بهترین نقد و نظر پیرامون پاسخ‌های دریافتی برنده جایزه دیگری شود.

فرایند ارزیابی پاسخ‌های دریافتی چالش

یکی از مشکلات برگزاری چالش‌ها، ارزیابی دقیق انبوه پاسخ‌های دریافتی است که کاری زمان‌بر و دشوار است. برای حل این مشکل می‌توان ارزیابی پاسخ‌های دریافتی را نیز به چالش گذاشت. مثلاً سازمان ملی بهداشت ایالات متحده برای افزایش آگاهی عمومی در رابطه با بیماری سلول‌های خونی، به کمک سایت challenge.gov چالش نوشتن رمان را ارائه نمود. از آنجا که مخاطب این رمان‌ها مردم بودند، لذا ارزیابی مردم می‌توانست داوری مناسبی برای این چالش باشد. لذا تمام رمان‌های ارسالی در سایت بارگذاری شده و از مردم خواسته شد تا در ازای پاداش مشخصی، رمان‌ها را ارزیابی نمایند. با این کار علاوه بر برداشته شدن بار ارزیابی انبوه رمان‌های دریافتی از دوش سازمان بهداشت ملی، رمان مورد علاقه مردم نیز شناسایی شد.

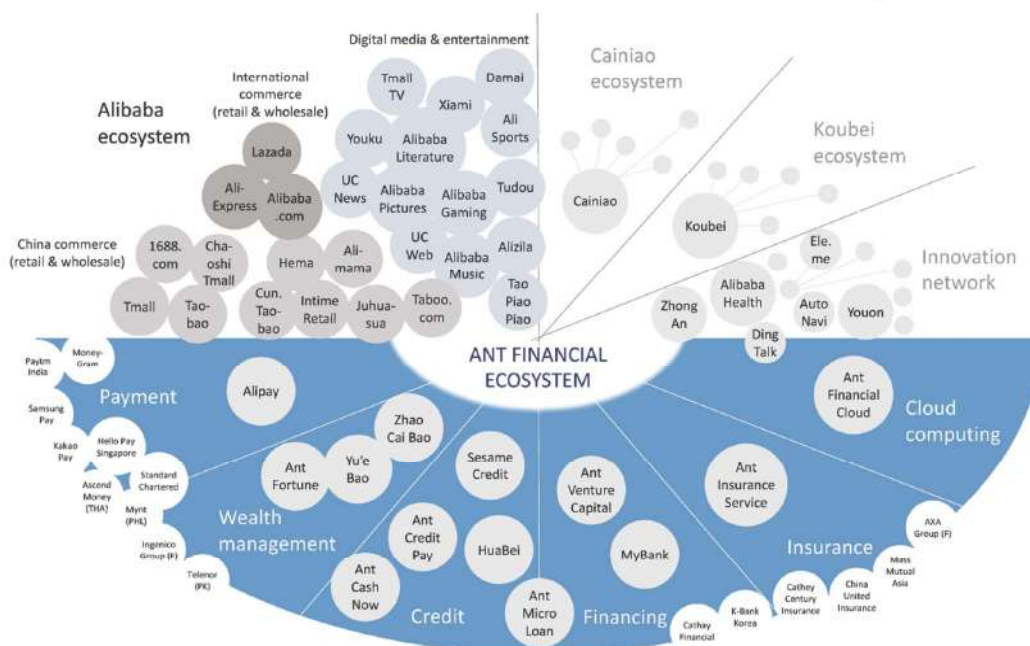


معیارها و نکاتی برای انتخاب پلتفرم برگزاری چالش

شرکت‌ها برای انتخاب پلتفرم مناسب خود (در زمینه‌ی نوآوری باز و برگزاری چالش) باید به این سوالات پاسخ دهند:

- ابتدا باید مشخص کنیم دنبال چه هستیم؟ ایده و طرح کلی یا یک پاسخ فنی مشخص؟
- آیا به دنبال نوآوری باز داخلی یا خارجی هستید؟ سطح برگزاری چالش کجاست؟ ملی یا بین‌المللی؟
- آیا سازمان شما برای نوآوری باز آمادگی کامل دارد؟
- آیا فرهنگ سازمانی، ساختار و ... سازمان شما اجازه استفاده از نوآوری باز را دارد یا خیر؟
- چه مدلی از نوآوری باز را قصد دارید انتخاب کنید؟
- کسب و کار (سازمان) شما تا الان به چه اندازه باز بوده است؟
- آیا لازم است ابتدا سطحی از شفافیت را در سازمان خود پیاده‌سازی کنید تا بعد از آن بتوانید از نوآوری باز استفاده کنید؟
- تا چه میزان قصد دارید در نوآوری باز سرمایه‌گذاری کنید؟
- آیا به مدیریت جداگانه‌ای برای فرآیند نوآوری باز نیاز دارید یا خیر؟

پاسخ به این سوالات به شرکت‌ها و سازمان‌ها کمک می‌کند تا راهبردی درست برای نوآوری باز و برگزاری چالش انتخاب کنند.

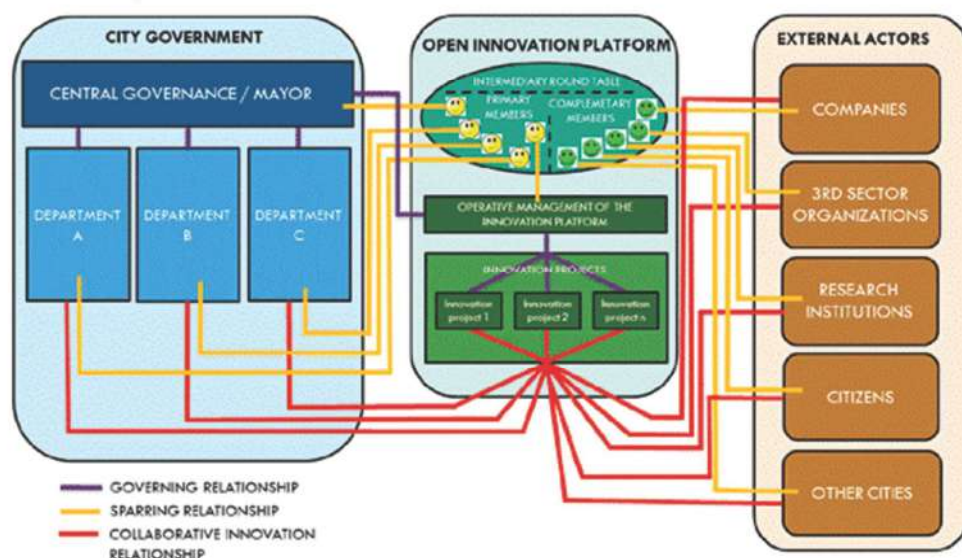


به صورت کلی، سازمان‌ها، برگزاری چالش و نوآوری باز را برای این موارد استفاده می‌کنند و به همین دلیل پلتفرم‌های مختلفی متناسب با این اهداف و موارد تاسیس شده‌اند:

انواع پلتفرم‌های نوآوری باز



هر کدام از این پلتفرم‌ها، فرآیند و مسیرهای پیشنهاد می‌دهند و طراحی مخصوص به خود دارند.





معرفی پلتفرم‌های نوآوری باز و چالش‌ها در دنیا

موضوع نوآوری باز از سری موضوعات جدیدی است که در حوزه فناوری شهروندی نیز مطرح شده است. البته این موضوع بیشتر علمی بوده و مبنایی است برای موضوعات جزئی‌تر دیگری مانند برگزاری چالش‌ها. به همین منظور در این شماره به معرفی بهترین پلتفرم‌های نوآوری باز و چالش‌ها در دنیا می‌پردازیم.

معرفی وبسایت Open Innovation Community

نام وبسایت: Open Innovation Community

وضعیت: فعال

حوزه‌های فعالیت: نوآوری باز

آدرس سایت:

<https://openinnovation.net/>



هنری چسبرو (Henry Chesbrough) است که به عنوان نفر اصلی و متخصص حوزه نوآوری باز شناخته می‌شود. این وبسایت در عین سادگی محتوای بسیار غنی دارد که علاقه‌مندان به این حوزه می‌توانند از آن استفاده کنند.

وبسایت جامعه نوآوری باز، جایی است که در آن هر نوع محتوا در موضوع نوآوری باز یافت می‌شود؛ آخرین اخبار، پژوهش‌های مختلف، بحث و گفتگوها، بررسی کاربردهای نوآوری باز و مطالعه موردی‌ها. همچنین می‌توانید کتاب‌های مرتبط با این حوزه را نیز در این وبسایت پیدا کنید. موسس و مالک این وبسایت،

OPEN INNOVATION COMMUNITY
THE LATEST NEWS, RESEARCH, DISCUSSIONS & APPLICATIONS OF OPEN INNOVATION

Subscribe RSS

Search...

Open Innovation Open Services Innovation Business Model Innovation In Practice Commentary Researchers Books FAQ About

FEATURED STORY



The Practice of Open Innovation by SMEs in the Food Industry

By [OIC Editor](#) • on August 21, 2020

The Journal of Innovation Management published a study which examines the practice of open innovation by Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in the food industry. The results of the analysis show that food SMEs practice open innovation mostly through inbound open innovation activities rather than outbound, mainly due to lack of sufficient resources.

Comments Off on The Practice of Open Innovation by SMEs in the

Food Industry • [Read this story >](#)

CONTRIBUTORS

Dr. Henry Chesbrough is a co-founder of the Open Innovation Community and created the theory and coined the term "open innovation." He is Executive Director of the Center for Open Innovation at the Haas School of Business at the University of California, Berkeley, where he is also an adjunct professor.

LATEST TWEETS

- No public Twitter messages.

MOST POPULAR MOST COMMENTED

FEATURED



eCanter SensorCollect Demonstrates Open Innovation Culture

By [OIC Editor](#) • on August 20, 2020

The Fleetpoint website reported that Daimler Trucks' Japan-based subsidiary FUSO has recently showcased its leading role in the development of innovative

Comments Off on eCanter SensorCollect Demonstrates

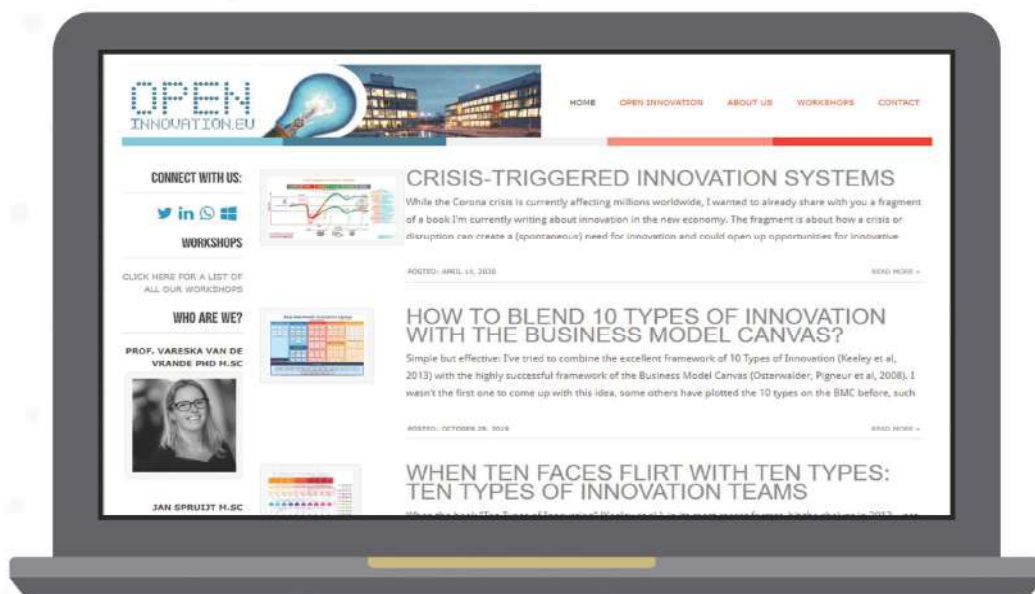
Open Innovation Culture • [Read this story >](#)

OTHER HEADLINES

The Open Innovation in Science research field The Industry and Innovation Journal posted an article which noted that Openness and collaboration in scientific research are attracting increasing attention from scholars and practitioners alike. However,

Comments Off on The Open Innovation in Science research field • [Read this post >](#)

همچنین وبسایت‌های دیگری نیز در این زمینه وجود دارند. به عنوان مثال، وبسایت www.openinnovation.eu نیز در موضوع نوآوری باز سعی کرده مطالب علمی و آخرین رویدادها را بازنشر دهد. این وبسایت توسط سه استاد اهل روتردام هلند ایجاد شده است.



معرفی وبسایت دولتی چالش در آمریکا

ایالات متحده (U.S. General Ser-) vices Administration – GSA) و نیز با همکاری دفتر سیاست علم و فناوری کاخ سفید (White House Office of Science and Technology Policy) و همچنین نهادهای دیگری در سطح دولت فدرال مدیریت می‌گردد. در این سایت صدها مسابقه که دامنه گسترده‌ای از موضوعات و نیز سطوح مختلفی از مهارت‌ها و توانمندی‌ها را اقتضا می‌کنند، شامل می‌شوند. در این سامانه می‌توان موضوعات مختلف را به نسبت علایق هر فرد، موضوع چالش و نیز نهاد ارائه کننده آن جستجو نمود.

نام وبسایت: Challenge.gov
وضعیت: فعال
حوزه‌های فعالیت: نوآوری باز، چالش
آدرس سایت:
<https://www.challenge.gov/>



سایت دولتی چالش (Challenge.gov) پلتفرمی برای نمایش لیستی از چالش‌ها و مسابقاتی است که توسط ۷۰ نهاد دولتی آمریکا ارائه می‌شوند. این چالش‌ها شامل مسابقات فنی، علمی، ایده‌پردازی و مسابقات خلاقانه‌ای است که دولت ایالات متحده در آنها نوآوری‌هایی از سوی عموم مردم را جستجو کرده و از این طریق بهترین ایده‌ها و استعدادها را برای حل «مشکلاتی مأموریت محور» گرد هم می‌آورد. «سایت دولتی چالش» توسط دفتر خدمات عمومی



Search Challenge.gov

Home About Blog Agency Toolkit Archived Challenges

Challenge.gov

Here, members of the public compete to help the U.S. government solve problems big and small. Browse through challenges and submit your ideas for a chance to win.



Commodity Futures Trading Commission
PROJECT STREETLAMP
Deploy AI/other technologies to help CFTC identify unregistered foreign entities so U.S. customers can make informed trade decisions.
Open Until: 09/04/2020 05:00 PM ET

View Details



U.S. Agency for International Development
INTELLIGENT FORECASTING: A COMPETITION TO MODEL FUTURE CONTRACEPTIVE USE
With this competition, we seek to identify and test more accurate methods of predicting future contraceptive use at health service...
Open Until: 09/08/2020 11:00 AM ET

View Details



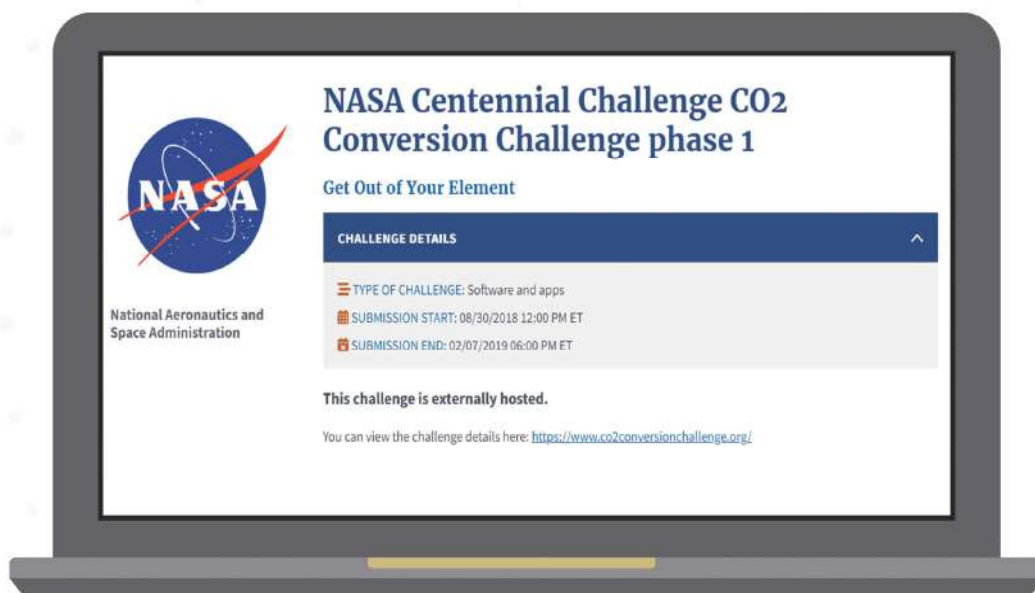
ACL
Social isolation is a real problem. CAN YOU HELP BUILD AN ONLINE SOLUTION?

Department of Health and Human Services - Administration for Community Living
MOBILIZING AND EMPOWERING THE NATION AND TECHNOLOGY TO ADDRESS LONELINESS & SOCIAL ISOLATION (MENTAL) HEALTH INNOVATION CHALLENGE
Develop a software platform that increases awareness of, access to and use of social engagement technologies and programming to help...

Open Until: 09/08/2020 11:59 PM ET

View Details

دامنه موضوعات در این سامانه، بسیار متنوع است: طراحی هواپیما، طراحی نرم‌افزار موبایل، طراحی پلان خانه، طراحی یک پوستر خلاقانه، مسابقه عکاسی، مسابقه فرمول ماده شیمیایی، طراحی ربات، و مبالغ جوایز نیز دامنه گسترده‌ای دارد، از مسابقه‌ای با جایزه ۳۰ دلاری گرفته تا مسابقه‌ای با جایزه ۱۵ میلیون دلار! در این سامانه ابتدا دستگاه‌های دولتی نیازهای خود را در قالب یک مسابقه، با هدف، زمان و جایزه مشخص ثبت می‌کنند. آنگاه در مدت مشخص شده، افراد متقاضی تحقیقات و راه‌کارهای خود را ثبت و از طریق همین سامانه آنرا ارائه می‌کنند. در پایان زمان مشخص شده، نهاد برگزار کننده مسابقه کارهای ارائه شده را ارزیابی و جوایز را به برنده (برندگان) مسابقه ارائه می‌نماید. تصویر زیر، یکی از چالش‌های برگزار شده که توسط ناسا در این وبسایت معرفی شده را نشان می‌دهد:



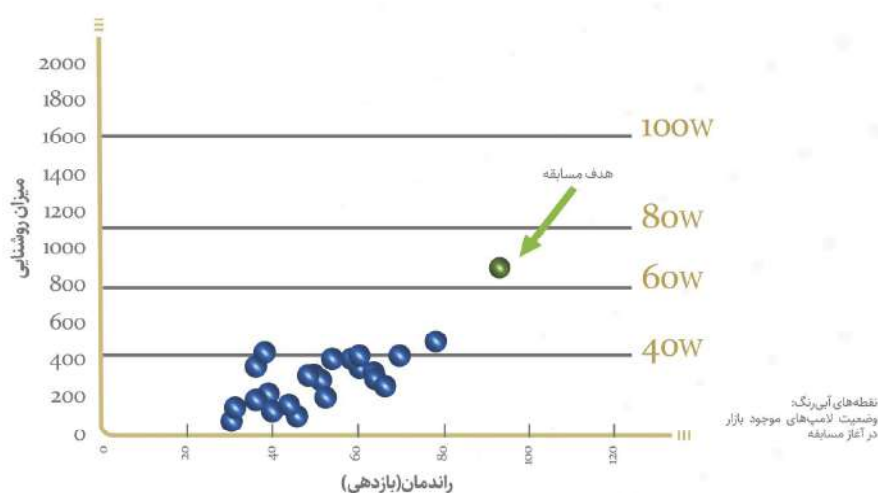
فواید برای دستگاه‌های دولتی

خلاصه فواید بهره‌گیری از این سامانه برای دستگاه‌های دولتی به شرح زیر است:

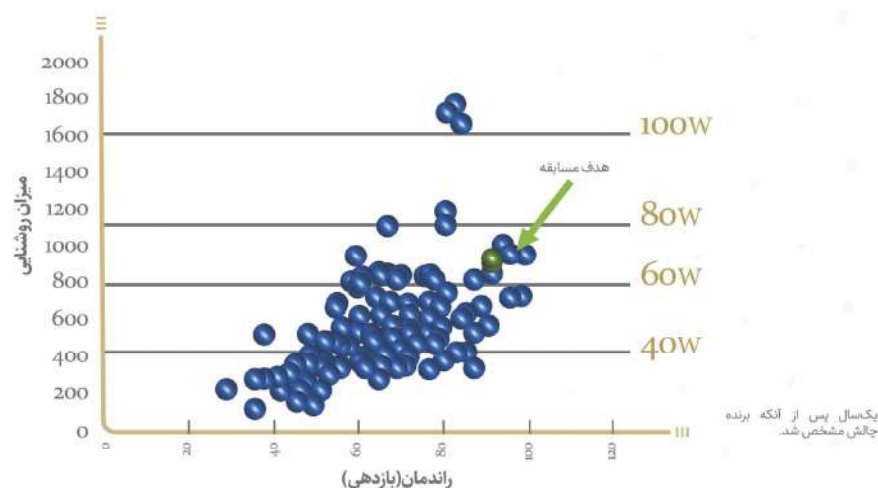
- دستیابی به خروجی‌های متعدد به جای یک خروجی واحد؛
- پرداخت تنها در عوض نتیجه؛
- شناسایی استعداد‌های جدید؛
- تحریک هدفمند بازار؛
- امکان پذیر کردن ناشدنی‌ها؛
- تحریک نوآوری جمعی (collaborative innovation) و نیز نوآوری باز (open innovation)؛
- توانمندسازی ایده‌های خوب به سمت واقعیت.

نمونه مسابقه و تأثیر آن در حرکت بازار

یکی از مسابقات بسیار موفق مبتنی بر این سایت عبارت است از «جایزه روشنایی» (Lighting Prize – L.Prize)، جایزه‌ای که به توسعه و ترویج نوآوری در صنعت ساخت چراغ اختصاص دارد. برای نمونه در یکی از این مسابقات، هدفی به منظور طراحی چراغ خاصی مبتنی بر ترکیبی از «میزان روشنایی» و نیز «اثرگذاری نوری» (luminousefficacy) تعریف نمود. در نمودار پایین می‌توانید وضعیت ترکیبی لامپ‌های موجود در بازار و نیز هدف تعیین شده توسط «جایزه روشنایی» را مشاهده نمایید.



از طرف دیگر شکل پایین نمایش دهنده وضعیت چراغ‌های تولید شده و به عبارت دیگر افزایش سطح توانمندی بازار قابل مشاهده است. بدین معنا که طراحی این جایزه توانسته است صنعت تولید چراغ را متحول نماید. بدیهی به نظر می‌رسد که جایزه ۱۵ میلیون دلاری این مسابقه، با صرفه جویی در مصرف انرژی که از این تحول در صنعت ایجاد می‌شود، بزودی جبران گردیده باشد.



تاریخچه مختصر: چالش در دولت آمریکا

- **سپتامبر ۲۰۰۹:** تدوین «راهبرد نوآوری آمریکایی - Strategy for American Innovation»:
آقای اوباما طی نوشته‌ای از دستگاه‌های دولتی خواست تا برای ترویج نوآوری ابزارهایی همچون جایزه و چالش‌هایی برای حل مسائل دشوار را بکار گیرند؛
- **مارس ۲۰۱۰:** دفتر مدیریت و بودجه (Office of Management and Budget - OMB) دستوری را مبنی بر استفاده از مسابقات/چالش‌ها و جوایز به منظور ارتقاء حکومت و ترویج نوآوری صادر کرد. این دستور حاوی سیاست و چهارچوب قانونی بود که دستگاه‌های دولتی را به منظور استفاده از جوایز و به منظور تحریک نوآوری برای پیشبرد مأموریت‌های محوری خود راهنمایی می‌کرد.

A STRATEGY FOR AMERICAN INNOVATION

National Economic Council
and
Office of Science and Technology Policy

سایت دولتی چالش، برنده جایزه نوآوری آمریکایی دانشگاه هاروارد

در ژانویه ۲۰۱۴ «سایت دولتی چالش» توانست جایزه «نوآوری در دولت آمریکا - Innovations in American Government Award» را از میان بیش از ۶۰۰ نامزد به خود اختصاص دهد. این جایزه هر دو سال یکبار و توسط «مرکز ASH برای حکمرانی دموکراتیک و نوآوری» (Ash Center for Democratic Governance and Innovation) از دانشکده حکمرانی دانشگاه هاروارد اعطا می‌شود.

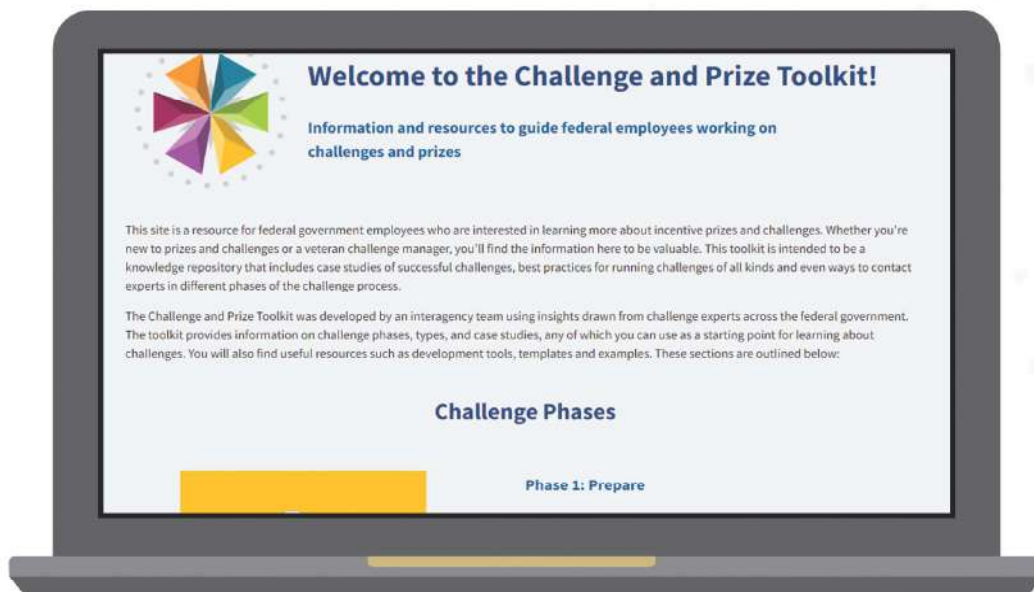


HARVARD Kennedy School

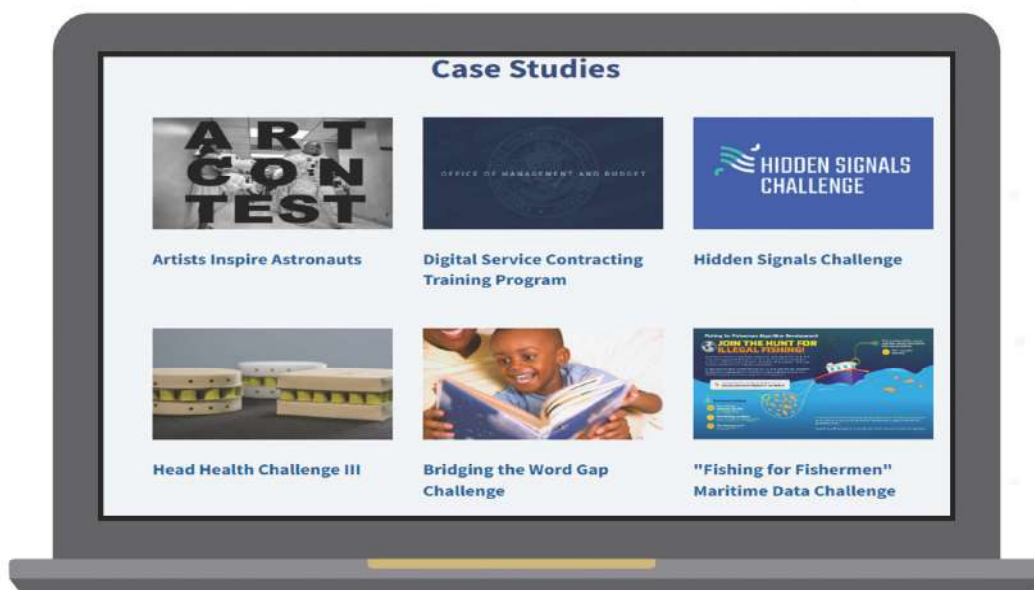
ASH CENTER

for Democratic Governance and Innovation

همچنین در این وبسایت، مراحل طراحی و برگزاری یک چالش نیز به صورت کامل توضیح داده شده است.



در یکی از بخش‌های جذاب این وبسایت، از موردهای موفق و ناموفق برگزاری چالش نیز در قالب مورد کاوی‌ها قابل مشاهده هستند.





مبارزه با تشریفات زائد اداری با چالش: تجربه انگلستان

یکی از تجربه‌های جالب در زمینه‌ی برگزاری چالش‌ها، در انگلستان اتفاق افتاده است. البته این تجربه با تحقق مفهوم دیگری با عنوان شفافیت امکان پذیر شده است. هر چند نقش شفافیت در مبارزه با فساد بی‌بدیل است، اما کاربرد آن تنها به این حوزه محدود نمی‌شود. ایجاد شفافیت یکی از بسترهای مهم مشارکت‌گیری عمومی برای ارتقاء ابعاد گوناگونی از حکمرانی، از جمله حوزه قانون‌گذاری است. در ادامه یکی از تجارب کشور انگلستان در این حوزه را معرفی می‌کنیم.

تشریفات زائد اداری و قوانین همپوشان، متعارض و گیج کننده از جمله مشکلاتی هستند که به تصریح دولت انگلستان، کسب‌وکارها و بویژه کسب‌وکارهای خرد با آن مواجه بوده و هزینه‌های زیادی را از آن متحمل می‌شوند. موازی با ایجاد تحولات گوناگون ناظر به شفافیت و داده‌ی باز، دیوید کمرون جنبشی را برای شناسایی، اصلاح و حذف قوانین ناکارآمد بوجود آورد. «چالش تشریفات اداری» (Red Tape Challenge) اقدامی بود که وی برای این منظور تأسیس نمود. این اقدام که بصورت خردمندانه‌ای از ظرفیت عامه مردم بهره می‌گیرد، از سه مرحله تشکیل می‌شود:

How the Red Tape Challenge worked

1. We published

Every few weeks we published online the regulations affecting you on a rolling thematic basis. [Find out more about the Red Tape Challenge](#)

2. You responded

You told us which regulations were working, which were not, what should be scrapped, what should be simplified, and what could be done differently.

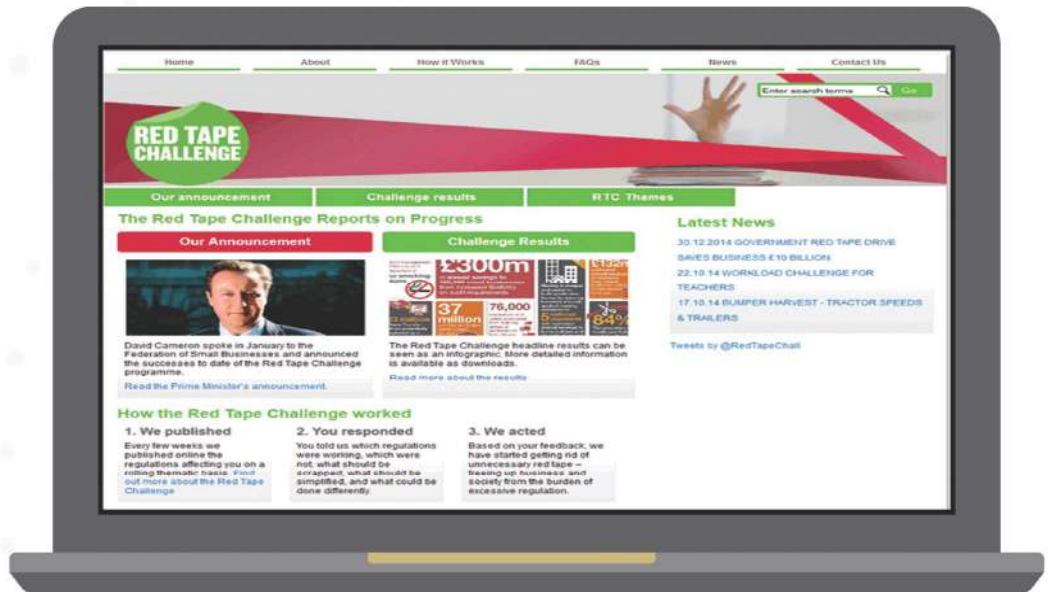
3. We acted

Based on your feedback, we have started getting rid of unnecessary red tape – freeing up business and society from the burden of excessive regulation.

۱. **در گام اول**، دولت کلیه قوانین و مقرراتی که بر نحوه عملکرد بنگاه‌ها تأثیر می‌گذارد را بر وب منتشر می‌نماید؛
۲. **در گام بعدی**، مردم و بنگاه‌ها به دولت می‌گویند که کدام قوانین کارآمد و یا ناکارآمدند و کدامیک باید اصلاح، خلاصه‌سازی یا اساساً حذف گردند.
۳. **در گام نهایی**، دولت بر اساس بازخوردهایی که از مردم گرفته است، پس از انجام مطالعات تکمیلی، اصلاحات لازم را در حوزه قوانین دولتی بوجود می‌آورد.

استفاده از این چارچوب، یک بازی برنده-برنده را نتیجه می‌بخشد:

- دولت با کمترین هزینه می‌تواند بهترین، گسترده‌ترین، و دقیق‌ترین بازخوردها را در حوزه قوانین کسب‌وکار بدست بیاورد، کاری که با سنگین‌ترین پروژه‌های تحقیقاتی (رویکرد سنتی) نیز قابل انجام نبود؛
- مردم و کسب‌وکارها نیز می‌توانند حرف‌ها و دشواری‌های خود را منتقل کرده و در نهایت هم از اصلاح فرایندها و در نتیجه کاهش هزینه‌های خود بهره‌مند گردند.



در همین راستا اینفوگرافیک زیر، برخی از آثار برگزاری چالش‌ها را نشان می‌دهد.

حذف بیشتر قوانین و مقررات دست و پاگیر

چالش
نوار قرمز

پایان دادن به مدیریت ذره‌بینی ابعاد، رسیدگی و نصب علامت‌های استعمال دخانیات ممنوع



۳۰۰ میلیون پوند
افزایش صرفه‌جویی سالانه برای ۱۰۰,۰۰۰ کسب و کار کوچک حاصل از افزایش انعطاف‌پذیری در نیازمندی‌های بازرسی‌ها

انجام تا سال ۲۰۱۵



ساختن خانه‌های با کیفیت را ارزان‌تر و ساده‌تر می‌کند، به کمک کاهش هزاران استاندارد محلی خانه‌سازی و تبدیل آن‌ها به پنج استاندارد ملی

با صرفه‌جویی تخمینی سالانه برای سازندگان مسکن و مشاوران، در حدود **۱۰۰ میلیون یورو**

۱۳۲ میلیون پوند
صرفه‌جویی تخمینی سالانه برای کسب و کارها حاصل از رهنمودهای شفاف‌تر در مورد استفاده از زمین‌های آلوده



۲۳ میلیون
اوراق انتقال زیاده که به طور بالقوه توسط سیستم آنلاین و جدید دفع زیاده‌های تجاری جایگزین می‌شود



۳۷ میلیون
خودرو که دیگر نیاز به برجسب مالیاتی ندارند



۷۶,۰۰۰
مکانیک و راننده که از آموزش معاف شده با این هدف که تبدیل به رانندگان حرفه‌ای خودروهای سنگین بشوند، هر سال **۲۴ میلیون پوند** صرفه‌جویی



۸۴٪
از مقررات سلامتی و ایمنی که حذف شده یا اصلاح می‌شوند

معرفی سامانه شهر دموکراتیک

این وبسایت در بیش از ۱۵ شهر برزیل فعال بوده و نزدیک به ۲۰ هزار کاربر فعال داشته است. مشارکت، دانش آزاد، شمولیت و شفافیت از اصول این سازمان به شمار می‌رود. هم‌اکنون این سامانه به یک اندیشکده تبدیل شده و کمی از بعد اجرایی آن کاسته شده است. در ادامه وضعیت این سامانه در چند سال گذشته را نشان خواهیم داد. چگونگی فعالیت این سامانه، می‌تواند به ما و سیاست‌گذاران درس‌های زیادی بیاموزاند.

نام وبسایت: Cidade Democrática

وضعیت: نیمه فعال

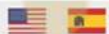
حوزه‌های فعالیت: نوآوری باز، چالش

آدرس سایت:

<https://www.cidadedemocratica.org.br/>



در سال ۲۰۰۹ در کشور برزیل پایگاه Cidade Democrática (به معنای شهر دموکراتیک) به منظور مستندسازی و بحث و تبادل نظر در مورد مسائل و چالش‌های شهری ایجاد شد. این پایگاه ظرف چند سال توانست به یک پایگاه موفق در زمینه فعال‌سازی و مشارکت شهروندان برای حل و فصل مسائل شهری تبدیل شود.



buscar...



O Instituto

Apoie

Atuação

Blog

Parceiros



معرفی سامانه قدیمی شهر دموکراتیک

پایگاه «شهر دموکراتیک» برزیل در سال ۲۰۰۹ با بودجه‌ای نزدیک به ۳۰ هزار دلار به زبان پرتغالی تاسیس شد. در معرفی این پایگاه به این نکته اشاره شده است که: هدف از تاسیس این پایگاه ایجاد یک پلتفرم مبتنی بر مشارکت شهروندان است تا از طریق هوش جمعی به یکسری راه‌حل‌های نوآورانه برای مسائل شهری دست پیدا کنیم.

در تصویر زیر صفحه اول این پایگاه را مشاهده می‌کنید.



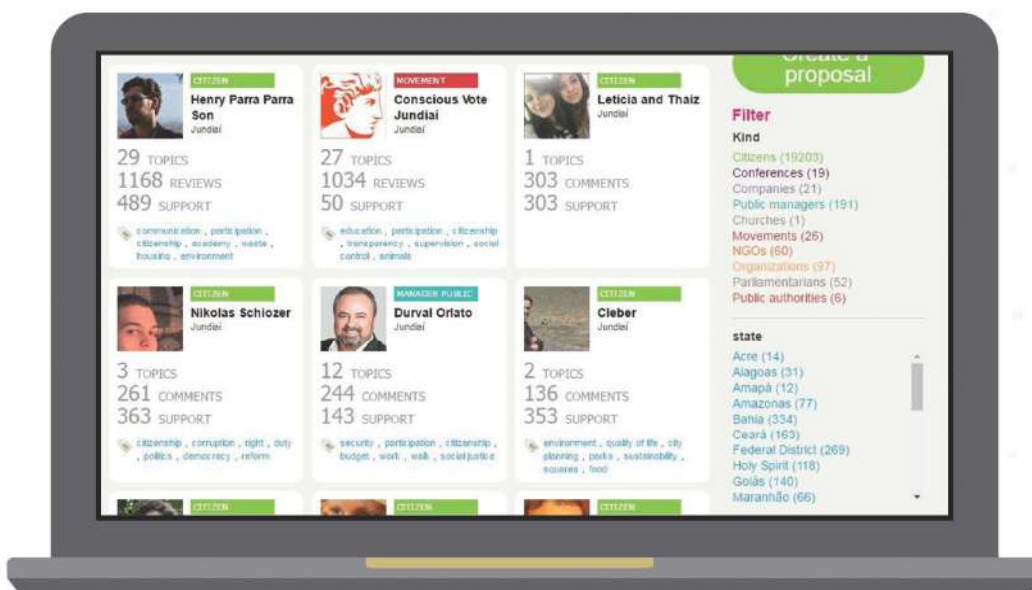
برخی از ویژگی‌ها و بخش‌هایی که در این پایگاه به آن پرداخته می‌شود:

- ایجاد فوروم‌های تخصصی
- ثبت و انتشار ایده‌های جدید پیرامون مسائل شهری
- ایجاد شبکه و ارتباط بین متخصصین یک حوزه در مسائل شهری
- حمایت از گروه‌ها و فعالان شهری به طرق مختلف
- امکان انتخاب منطقه شهری و حوزه‌های مورد علاقه و اطلاع‌رسانی‌های مربوط به آن
- و ...

تصویر زیر که ترجمه آنلاین یکی از صفحات مربوط به مسابقات و چالش‌های مطرح شده در این سایت (در گذشته) می‌باشد، مربوط به یکی از مسابقاتی است که به تازگی در این سایت معرفی شده است. همانطور که در تصویر مشخص است ۱۱ روز برای شرکت در این مسابقه مهلت وجود دارد و تا به حال ۱۲ پروپوزال توسط ۱۰ شرکت کننده و کاربر برای شرکت در مسابقه ارائه شده است.



تصویر زیر نیز طیف برخی از کاربران فعال و همچنین تقسیم‌بندی‌های مختلف از حیث موضوع و منطقه شهری را به تفکیک نمایش می‌دهد که به راحتی قابل فیلتر کردن و گزارش‌گیری است و از این طریق افراد فعال در هر حوزه قابل شناسایی و تحلیل می‌باشند.



طیف مسائلی که در این پایگاه مورد بررسی قرار می‌گیرد بسیار گسترده است و مسائلی از حوزه‌های مختلفی مانند محیط زیست، سلامت، بهداشت محیطی، عمران و شهرسازی، آب و فاضلاب و ... را شامل می‌شود. تصویر زیر یکی از مسابقات به پایان رسیده را به همراه برنده اصلی آن نشان می‌دهد که در آن بیش از ۱۰۰۰ نفر مشارکت داشته‌اند.



معرفی پلتفرم HeroX

چالش شناخته می‌شود. HeroX در سال ۲۰۱۳ و توسط مالکان بنیاد XPRIZE به منظور توسعه مدل نوآوری باز این بنیاد ایجاد شده است. این پلتفرم، دو گروه چالش‌دهندگان و چالش‌پذیران را بهم متصل کرده است. گروه اول سازمان‌هایی هستند که مسائل خود را به چالش می‌گذارند و در ازای حل مساله، پاداش می‌دهند، گروه دوم، برای حل این مسائل چالش‌ها را قبول کرده و به رقابت با دیگر گروه‌ها و اشخاص می‌پردازند.

نام پلتفرم: HeroX

وضعیت: فعال

حوزه‌های فعالیت: نوآوری باز، چالش

آدرس سایت:

<https://www.herox.com/>



چالش، یکی از بهترین راه‌حل‌های مبتنی بر شفافیت است که این امکان را می‌دهد که عده بسیاری را درگیر مسأله خودتان کنید و بهترین راه حل را با کمترین هزینه دریافت کنید. ایده برگزاری چالش برای مسائل افراد، شرکت‌ها و حتی دولت برای اولین بار نیست که مطرح میشود اما سایت [HeroX.com](https://www.herox.com/) امروزه به عنوان مرجعی برای برگزاری

Discover the Power of the Crowd!

We connect everyday problem solvers like you to bring innovative thinking to the world. [Learn More](#)→

Challenge the World



Organizations with a challenge seeking innovative solutions

POST CHALLENGE

Challenge Yourself

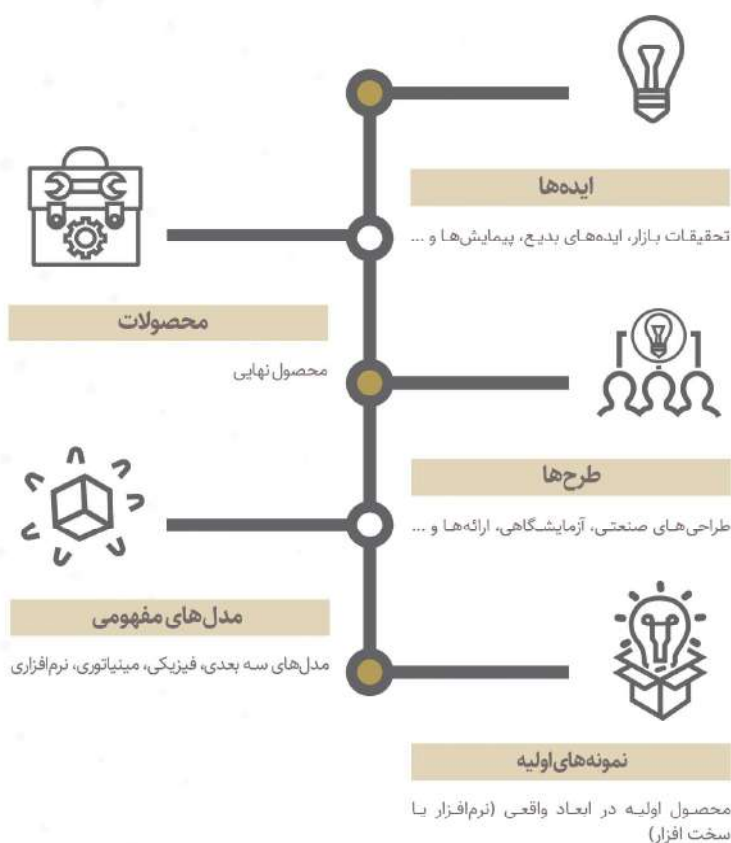


Individuals or groups looking to solve innovative challenges

SOLVE CHALLENGE

در این پلتفرم، پنج دسته راه حل وجود دارد. در واقع سازمان‌هایی که در حال طراحی چالش برای حل مسائل خود هستند ابتدا باید مشخص کنند راه‌حلی که به دنبال آن هستند در کدام یک از این دسته‌ها وجود دارد:

انواع راه‌حل‌ها



IDEAS
Out-Of-Box Thinking, Market Research, Testimonials, Surveys, Novel Ideas, Insights

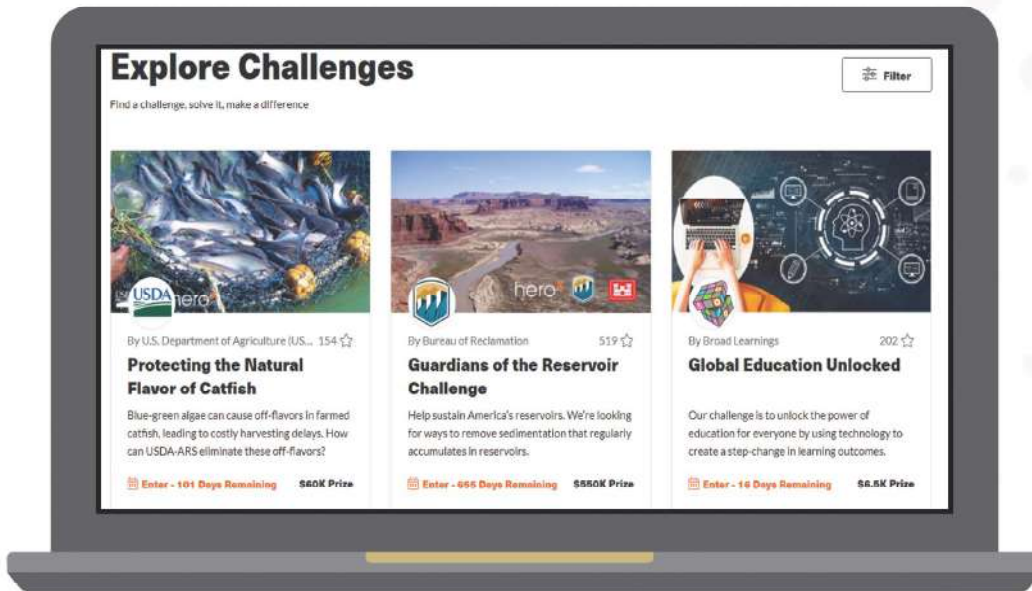
PRODUCTS
Final Product, Robust, Ready-to-go Live

DESIGNS
Mock-Ups, Wireframes, Sketches, Lab Designs, CAD Designs, Presentations

PROOF OF CONCEPTS
3D Models, Physical Models, Miniature Models, Software Models, Demonstrations

PROTOTYPES
Full-Scale, Single Production, Hardware or Software

تصویر زیر، بخش جستجوی چالش‌ها را نشان می‌دهد:



صفحه هر پروژه نیز حاوی اطلاعات مهم و مفیدی است:

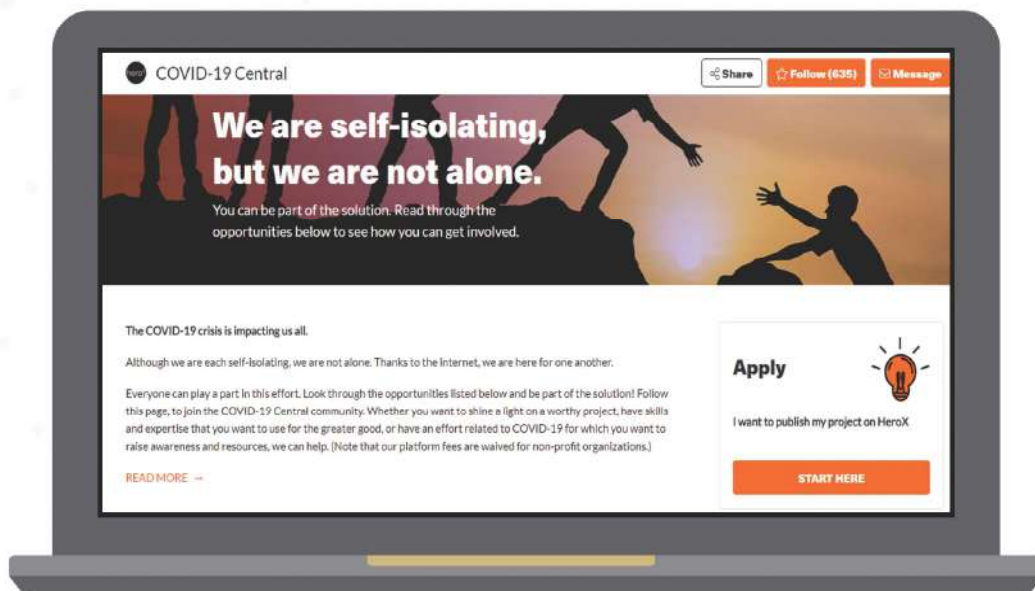


در این صفحه به این موارد اشاره شده است: دسته‌بندی چالش، مرحله، جایزه، توضیح کلی چالش، راهنماها، سیر زمانی، آخرین بروزرسانی‌ها، تالار گفتگو، جامعه فعال روی این چالش و سوالات متداول.

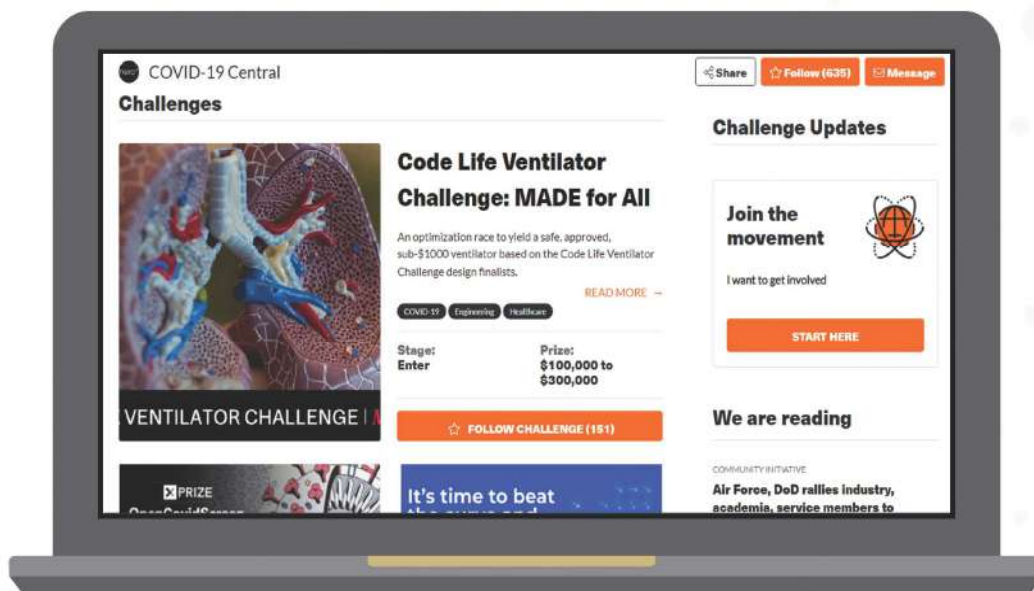
هر ایده‌ای برای بقا نیازمند تامین مالی است. این پلتفرم نیز بدین منظور رویکرد خود را برای تامین هزینه‌ها از برگزارکنندگان چالش دریافت می‌کند. بسته‌های مختلفی همانطور که در تصویر مشخص است طراحی کرده است.



همچنین این وبسایت، بخش ویژه کرونا را نیز راه‌اندازی کرده است.



در این بخش پروژه‌های جذابی همراه با پاداش‌های متنوع در زمینه‌ی ویروس کرونا ایجاد شده است.





معرفی سامانه openIDEO

نام وبسایت: openIDEO

وضعیت: فعال

حوزه‌های فعالیت: چالش، نوآوری باز

آدرس سایت:

<https://www.openideo.com/>



چالش‌ها مشارکت کرده‌اند. در مدت ایجاد وبسایت، به بیش از ۷۰ مساله اجتماعی پرداخته شده و بیش از ۴ میلیون دلار در سال گذشته از طریق این وبسایت جایزه داده شده است.

openIDEO یک سایت جهانی در حوزه برگزاری چالش‌ها و مسابقات برای حل مسائل است. این سایت معمولا در حوزه بحران‌های جهانی فعالیت می‌کند. به عنوان مثال، حل مسائل مرتبط با کرونا یکی از موضوعات اصلی این وبسایت است. تاکنون افرادی بیش از ۱۹۵ کشور در این

openIDEO

PARTICIPATE

ABOUT US

OUR WORK

SPONSOR

STORIES

SIGN UP / LOGIN

VIRTUAL CONVENING

The Future of Urgent COVID-19 Response Innovation in the Global South

This event will include a panel with experts in the field, an Ideas pitch session to learn more about the top selected concepts, and an open conversation to dive deeper into this topic.

REGISTER TO ATTEND



نکته مهم: یکی از خلاءهایی که در ایران وجود دارد، نبود سایت‌های بین‌المللی چالش برای حل مسائل داخلی است. همچنین جای بسیاری از مسائل ایرانی نیز در پلتفرم‌های بین‌المللی خالی است.

در این وبسایت، در سه حوزه محیط زیست، سلامت و برابری جهانی، چالش‌ها و مسابقات مختلفی برگزار می‌شود.

SUSTAINABILITY



How might we design a sustainable and regenerative future for people and planet?

HEALTH



How might we create the conditions for every human to be healthy?

GLOBAL EQUITY



How might we work alongside diverse local communities to address our most complex global issues?

در تصویر زیر، بخشی از چالش‌های حوزه محیط زیست را نشان می‌دهد:



CHALLENGE
Food System Vision Prize
How might we envision regenerative and nourishing food futures for 2050?




[LEARN MORE](#)




CHALLENGE
NextGen Cup Challenge
How might we design the next generation fiber cup to be recoverable on a global scale?



[LEARN MORE](#)

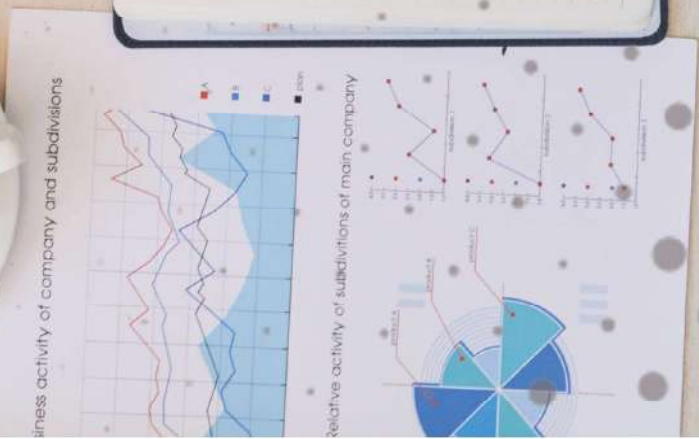


CHALLENGE
Design With Grind Challenge
How might we create a waste-free, circular future by designing everyday products using Nike Grind materials?



[LEARN MORE](#)

یکی از محورهای و پایه‌های اصلی هر پلتفرم برگزاری چالش، اسپانسرهای آن هستند. این سامانه اسپانسرهایی از بنیادها (مانند بنیاد راکفلر) گرفته تا شرکت‌های خصوصی (مانند مک دونالد، یونیلور و ...) دارد که احتمال موفقیت آن را بالا می‌برد.



معرفی برخی پروژه‌ها و پلتفرم‌های برگزاری چالش در ایران

در چند سال گذشته، در کشور ایران نیز پلتفرم‌های برگزاری چالش‌های مختلفی ایجاد شده‌اند. در ادامه با برخی از این پلتفرم‌ها بیشتر آشنا خواهیم شد.



معرفی سامانه iChallenge

فن‌بازار کشور و مورد وثوق کلیه فعالان توسعه فناوری و نوآوری کشور است. آی چلنج از حمایت‌های بی‌دریغ معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری (معاونت سیاست‌گذاری و نظارت راهبردی) و ستاد ویژه توسعه فناوری نانو بهره‌مند است و شکل‌گیری خود را مدیون کمک‌ها و راهنمایی‌های ارزنده این دو نهاد می‌داند.»

تاکنون ۴۶ چالش و رویداد و همچنین ۱۵۵۰ طرح در این پلتفرم ثبت شده است که این از تعداد، ۱۳۷ طرح برگزیده شده‌اند.

نام وب‌سایت: آی چلنج

وضعیت: فعال

حوزه‌های فعالیت: برگزاری چالش، نوآوری باز

آدرس سایت:

<https://ichallenge.ir/>



گرچه احتمالاً مخاطبین این گزارش با پلتفرم‌های ایرانی برگزاری چالش آشنا هستند، اما بد نیست به عنوان آخرین بحث در این حوزه، نگاهی به این سامانه‌ها و عملکرد آنها نیز بیاندازیم. پلتفرم iChallenge یک نهاد خصوصی وابسته به اندیشکده صنعت و فناوری (آصف) است. در بخش معرفی این پلتفرم بیان شده است: «چشم‌انداز آی چلنج در افق ۱۴۰۰، تبدیل شدن به برترین

iChallenge
چالش‌های فناوری و نوآوری ایران



ورود / ثبت نام در سایت

وبلاگ

رسانه تصویری

اخبار و رویدادها

چالش‌ها

درباره ما



چالش‌های فناوری و نوآوری

سازوکاری برای حل مشکلات فنی بنگاه‌های صنعتی
به دست پژوهشگران و فناوران ایرانی

می‌توان گفت، یکی از خروجی‌های این پلتفرم، سامانه چالش‌های فناوری و نوآوری نانو است. در واقع ستاد ویژه توسعه فناوری نانو با همکاری این پلتفرم، وب‌سایت <http://nanochallenge.ir/> را برای چالش‌های حوزه نانو به صورت اختصاصی ایجاد کرده‌اند.

معرفی سامانه problem

نام پلتفرم: problem

وضعیت: فعال

حوزه‌های فعالیت: چالش، نوآوری باز

آدرس سایت:

<https://problem.ir/>



کاهش ریسک طی این مسیر است. در کنار این خدمت، خدمات دیگری نیز در پرابلم وجود دارند که در راستای پوشش انواع بیشتری از چالش‌ها ارائه می‌شوند. در ادامه به با این خدمات بیشتر آشنا می‌شویم.

پلتفرم نوآوری باز پرابلم با نام اصلی شرکت توسعه نوآوری و فن‌آوری چاره جو به عنوان یک واسطه نوآوری به شرکت‌ها کمک می‌کند تا نوآوری باز را هرچه بیشتر و بهتر پیاده‌سازی کنند و از مزایای آن بهره ببرند. رویکرد اصلی پرابلم استفاده از روش جمع‌سپاری برای کوتاه کردن مسیر رسیدن به راهکار، کاهش هزینه و



داشبورد من

درباره ما

بلاگ

پروژه‌ها

نوآوران و فناوران

صاحبان مسئله

خانه

PROBLEM

راه‌حل‌های نوآورانه

با بهره‌گیری از قدرت جمع

پرابلم با روشی مبتنی بر نوآوری باز، ابزارهای لازم برای استفاده از جمع‌سپاری را فراهم می‌کند

راهکاری برای مسائل دارید؟

[ورود به صفحه نوآوران و فناوران](#)

به دنبال راهکار هستید؟

[ورود به صفحه صاحبان مسئله](#)

خدمات متنوع پرابلم به شرح زیر هستند. در واقع این پلتفرم تنها در خصوص چالش‌ها نیست و موضوعات دیگری مانند برگزاری بوت کمپ، مشاوره و آموزش، ارزیابی عملکرد و ... نیز از خدمات این پلتفرم به شمار می‌رود. می‌توان گفت از مزایای این پلتفرم نیز تنوع ابزارهاست:

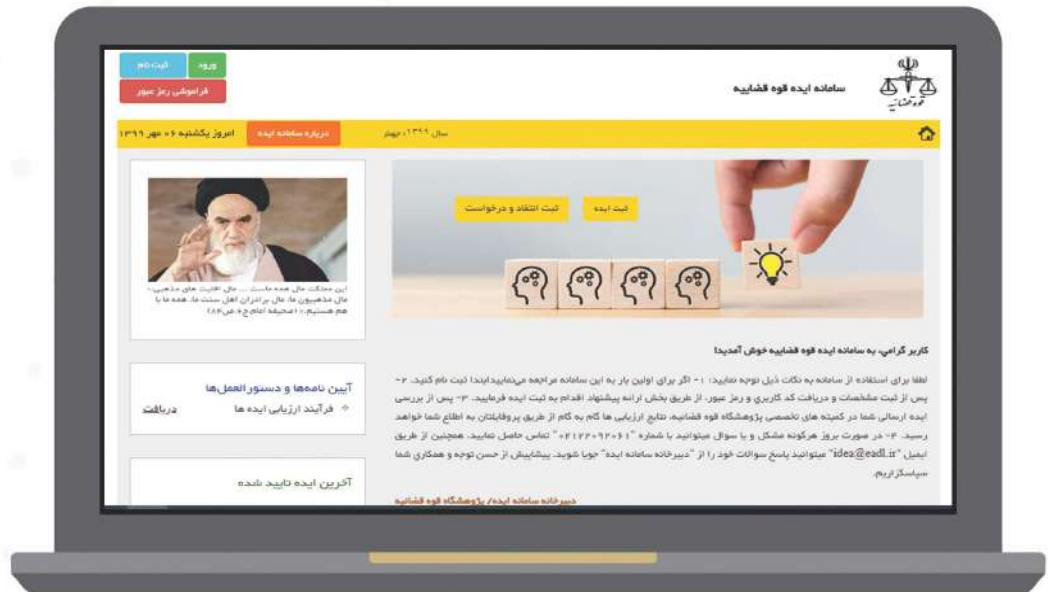


تصویر زیر بخش پروژه‌ها (چالش‌ها) را در وبسایت نشان می‌دهد:



سامانه ایده قوه قضائیه

قوه قضائیه نیز جدیداً سامانه ایده‌پردازی راه‌اندازی کرده است که البته هنوز با استانداردهای یک پلتفرم برگزاری چالش فاصله بسیار زیادی دارد. این سامانه را می‌توان از آدرس <http://idea.adliran.ir> مشاهده کنید.



موفقیت یا عدم موفقیت این پلتفرم‌های ایرانی را می‌توان به دقت بررسی کرد. آیا این پلتفرم‌ها بدون حمایت‌های دولتی قادر به ادامه حیات هستند یا خیر و اینکه مدل کسب و کار موفق‌تری داشته‌اند را می‌توان مورد بررسی بیشتری قرار داد.



اندیشکده شفافیت برای ایران

آدرس: تهران، خیابان جلال آل احمد، جنب دانشکده
اقتصاد دانشگاه تهران، پلاک ۳
تلفن: ۰۲۱-۸۸۳۵۳۰۷۲





اندیشکده شفافیت برای ایران

نشانی: خیابان جلال آل احمد، جنب دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران، پلاک ۳

شماره تلفن: ۰۲۱-۸۸۳۵۳۰۷۲

وبسایت: TP4.ir