

عنوان مقاله:

طرح هم آفرینی بعنوان راهی جدید برای ایجاد ارزش و نوآوری: معرفی شرکت های موفق در دنیا

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

حسین وظیفه دوست - عضو هیات علمی، مدیریت بازرگانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

کمال قلندری - عضو هیات علمی، مدیریت بازرگانی بازاریابی، دانشگاه پیام نور، ایران -

خلاصه مقاله:

طرح هم آفرینی در انبوه سپاری، گرایشی نوین است زیرا تغییرات چشمگیری را در فرایند خلق ارزش شرکت ایجاد می کند درالگوی سنتی، ارزش در داخل شرکت و توسط کارکنانی خلق می شود که فعالیت های ویژه کسب وکار را انجام می دهند نقش مصرف و تولید نیز به ترتیب بین مصرف کنندگان و کارکنان به خوبی مشخص می شود این فرایند را می توان نوعی فرایند خلق ارزش شرکت محور در نظر گرفت که تعامل مشتری فقط به عنوان فرصتی برای استخراج ارزش تلقی شده و شرکت در مورد ارزش مورد انتظار مشتری تصمیم گیری می کند فناوری هایی که ارتباط مشتری به مشتری را تسهیل می کنند، مشتریان را بایک منبع اطلاعاتی جایگزین آشنا می کند این توانمندسازی، مشتریان را قادر می سازد شرکت هایی را انتخاب کنند که تمایل دارند بر اساس دیدگاه خود در مورد چگونگی خلق ارزش برای آنها فعالیت کنند در این پیشرفت ها ، معنای ارزش و فرایند خلق ارزش به سرعت از دیدگاه محصول محور و شرکت محور به سمت تجربیات شخصی مصرف کننده تغییر می کند به ویژه این تجربیات از اهمیت خاصی برخوردار هستند، زیرا بازار نیز در حال تبدیل شدن به میدانی برای گفتگو و تعامل میان مشتریان، انجمن ها و شرکت ها می باشد این تعامل میان شرکت و مشتریان آن به کانون خلق و استخراج ارزش تبدیل شده است نقش های سنتی و برجسته مصرف کننده و شرکت مورد چالش قرار گرفته و به تدریج در یکدیگر ادغام میشوند که در این نوشتار به جوانب گوناگون طرح هم آفرینی در راستای ایجاد ارزش و نوآوری با مروری بر شرکت های فعال در سطح دنیا در این زمینه خواهیم پرداخت

کلمات کلیدی:

هم آفرینی، ارزش، نوآوری، دیالوگ، دسترسی، شفافیت، ریسک سود

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/501238>

