

## عنوان مقاله:

تاثیر جمع سپاری بر کارآفرینی سازمانی از طریق توسعه محصول/خدمت جدید

## محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی پژوهش در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

محمدحسن مقدسی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی ارشاد دماوند

مجتبی ناهید - دکتری کارآفرینی سازمانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین

## خلاصه مقاله:

بهبود و نوآوری مستمر و فراگیر در سازمان ها، در واقع نوعی کند و کاو منظم برای یافتن شیوه ها و پاسخ هاینو به فشارها و تغییر و تحولات محیطی است. از آنجا که در محیط های پیچیده و متحول امروزی دیگر واکنش های تکراری برای رویارویی با این تغییرات کارآمد نمی باشد، لذا دائم باید در جستجوی راه های جدید برای واکنش در برابر متغیرهای محیطی برآمد. در طی سالیان گذشته از زمان پیدایش جمع سپاری، از این فناوری برای انجام فعالیت های متنوعی استفاده شده است. این نوآوری با بهره گیری از هوش جمعی، از ایده ها، توانایی ها و استعداد های افراد برای حل مسایل مختلف استفاده می کند. ایده جمع سپاری، دسترسی به منابع جدید بهره وری، دانش و خلاقیت از طریق وب اشاره دارد؛ که سازمان ها می توانند از آن به عنوان ابزاری برای نوآوری باز استفاده کنند. نوآوری باز یکی از مهمترین عوامل جهت ارتقاء بخش تحقیق و توسعه بازار برای سازمانی می باشد که می تواند در نهایت منجر به ایجاد محصول/خدمت جدید و به تبع آن کارآفرینی سازمانی گردد. پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر جمع سپاری بر کارآفرینی سازمانی از طریق توسعه محصول/خدمت جدید می باشد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی به روش توصیفی- تحلیلی و با بهکارگیری منابع مطالعات کتابخانه ای انجام گرفته است. مرور مبانی نظری و پیشینه تجربی نشان میدهد که جمع سپاری بر کارآفرینی سازمانی در راستای توسعه محصول جدید تاثیر مثبت دارد و در همین راستا پیشنهاداتی برای مدیران و سازمان هایی که قصد بکارگیری جمع سپاری را دارند ارائه شده است.

## کلمات کلیدی:

جمع سپاری، نوآوری باز، کارآفرینی سازمانی، توسعه محصول

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1136386>

