

Kapitał społeczny sieci

CROWDSOURCING JAKO INSTRUMENT

współczesnego zarządzania organizacjami

Magdalena Chrzanowska, Maciej Chrzanowski, Piotr Zawada



monografia

słowa kluczowe: *otwarte innowacje, crowdsourcing, zarządzanie innowacjami, kapitał społeczny*

© Copyright by Oficyna Wydawnicza
Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2019

ISBN 978-83-7934-337-9

94 strony

format B5

oprawa twarda

SPIS TREŚCI

WSTĘP

ROZDZIAŁ I. ZMIANY PRZESTRZENI SPOŁECZNO-GOSPODARCZEJ

- 1.1. Nowe paradygmaty społeczne
- 1.2. Cele rywalizacji korporacji i przedsiębiorstw
- 1.3. Przemiany w zakresie nowych form pracy

ROZDZIAŁ II. NOWE TECHNOLOGIE INTERNETOWE – NOWA PRZESTRZEŃ DZIAŁALNOŚCI CZŁOWIEKA

- 2.1. Dobrodziejstwo Web 2.0
- 2.2. Rozwój mediów społecznościowych
- 2.3. Implikacje zmian wywołanych rozwojem sieci Web 2.0

ROZDZIAŁ III. KONCEPTUALIZACJA PROJEKTU BADAWCZEGO

- 3.1. Prezentacja metodologii badania
- 3.2. Przedmiot badań oraz podstawowa aparatura pojęciowa
- 3.3. Cel badań, problemy badawcze oraz hipotezy

ROZDZIAŁ IV. KAPITAŁ TKWIĄCY W SIECI

- 4.1. Sieciowy prosumentyzm, czyli kreacja rzeczywistości umożliwiającej klientom ulepszenie otaczającego świata
- 4.2. Otwarte drzwi dla innowacji oraz rynek wiedzy online
- 4.3. Crowdsourcing a marketing
- 4.4. Wolontarystyczny crowdsourcing

Ze Wstępu

Obserwacja rzeczywistości wirtualnej oraz zmian, jakie następują w obszarze gospodarczym, pozwala wysnuć wniosek, że kapitał społeczny (generowany przez rozwój różnego rodzaju sieci powiązań i zależności), jako główny czynnik generujący aktywność rynkową przedsiębiorstw, zyskuje współcześnie nowe znaczenie. Przez wiele lat kapitał finansowy i różnego rodzaju technologie determinowały działalność wielu firm oraz ich pozycję konkurencyjną. Współcześnie możemy obserwować zwrot zainteresowania w kierunku kapitału społecznego.

Kapitał społeczny, jako obecnie jedno z kluczowych pojęć w obrębie ekonomii społecznej, pełni szczególną rolę w teoriach zarówno socjologicznych, jak i w tworzeniu nowych modeli zarządzania. Źródła kapitału społecznego tkwią w zasobach ludzkich. Jest to jednak kapitał, który odnosi się nie tyle do pojedynczych jednostek, co raczej do zbiorowości społecznych, takimi jakimi są na przykład sieci społeczne. Kapitał sieci tkwi z kolei w tym, że cechuje je ogromna różnorodność poszczególnych jednostek, z czego wynika ich właściwy potencjał.

W monografii przedstawiono crowdsourcing jako przykład zjawiska, będącego wynikiem przemian zarówno społecznych, gospodarczych, jak i zmieniających się wymogów rynku. Za kluczowe przeobrażenia w tych wymiarach uważane jest przede wszystkim powstanie społeczeństwa sieciowego, w którym olbrzymią rolę odgrywa Internet oraz przestrzeń wirtualna, jako równorzędna przestrzeń dla działań rynkowych. Autorzy opracowania wyjaśniają czym jest crowdsourcing, umiejscawiając to relatywnie nowe zjawisko w kontekście procesów związanych z kształtowaniem się nowego typu gospodarki, opartej na wiedzy i kontaktach społecznych, budowanych poprzez nawiązywanie wartościowych relacji i tworzenie społecznych sieci. Rozważania te stanowią przedmiot rozdziału pierwszego. W rozdziale drugim przedstawiono procesy i zjawiska, które dotyczą rzeczywistości internetowej i przestrzeni wirtualnej, która przyczynia się do zwiększenia możliwości budowania sieci społecznych o globalnym zasięgu, które bezpośrednio przekładają się na rzeczywiste działania biznesowe i rynkowe wielu firm i przedsiębiorstw.

Rozdział trzeci stanowi część metodyczną. Czwarty składa się z prezentacji, analizy wybranych przykładów crowdsourcing'u, pogrupowanych w cztery kategorie, które odzwierciedlają różne możliwości zastosowania i wykorzystania tego procesu a także jego cechy wyróżniające. W końcowej części pracy przedstawiono przemyślenia do wyprowadzenia wniosków z przeprowadzonej analizy zebranych przykładów crowdsourcing'u.

Wnioski te wynikają z weryfikacji hipotez i interpretacji odpowiedzi respondentów. Dopiero taka, szeroka analiza upoważniła autorów do zmierzenia się z problemami badawczymi postawionymi w monografii. Kluczowe miejsce w tej części stanowią stworzone schematy, które ukazują perspektywę praktycznego zastosowania crowdsourcing'u, a także umiejscowienie go w kontekście przedstawionych teorii. Teorie te pomagają to zjawisko wyjaśnić ale także ukazują jak właściwie czerpać z jego możliwości, stanowiąc uzasadnienie dla jego mechanizmów.

O Autorach

mgr Magdalena Chrzanowska – AUVENTO Sp. z o.o.

dr Maciej Chrzanowski – Katedra Przedsiębiorczości, Zarządzania i Ekoinnowacyjności,
Politechnika Rzeszowska im. Ignacego Łukasiewicza.

dr hab. Piotr Zawada, prof. UKSW – Katedra Socjologii Pracy i Organizacji, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego.