

## عنوان مقاله:

شناسایی پیشران های موفقیت کارآفرینی دیجیتالی با رویکرد فراترکیب

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، دوره 7، شماره 3 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

## نویسندگان:

سهیلا کشاورز - کارشناسی ارشد، مدیریت کارآفرینی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان.

محمدرضا تقوا - عضو هیئت علمی، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.

حامد کرد - دانشجوی دکتری، مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران. | عضو هیئت علمی دانشگاه ولایت، ایرانشهر.

## خلاصه مقاله:

بستر فناوری اینترنت، راه اندازی و ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه دیجیتالی را ساده تر و سریع تر نموده است. پیاده سازی این نوع کسب و کارها در ایران کند است و از طرفی تاکنون پژوهشی به صورت جامع عوامل موفقیت این نوع کسب و کارها را بررسی نکرده است؛ بنابراین، هدف کلی پژوهش حاضر شناسایی پیشران های موفقیت کارآفرینی دیجیتالی با روش کیفی فراترکیب است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده ها از نوع پژوهش های کیفی به شمار می رود. برای شناسایی عوامل موفقیت کارآفرینی دیجیتالی به کمک روش فراترکیب، تعداد 311 مقاله بررسی شد که از میان آن ها 36 مقاله برای تجزیه و تحلیل نهایی استفاده شدند. در این پژوهش، ابتدا 28 شاخص موفقیت کارآفرینی دیجیتالی شناسایی و در 3 مقوله و 7 مفهوم طبقه بندی شدند. پس از استخراج شاخص ها با استفاده از روش کیفی فراترکیب، برای تعیین وزن شاخص ها از روش آنتروپی شانون، استفاده شد. نتیجه پژوهش نشان داد که شاخص نحوه بازاریابی و ارتباط با مشتریان در فضای مجازی با ضریب اهمیت 066/0 رتبه اول و شاخص های زیرساخت فناوری اطلاعات و ارتباطات و فرهنگ پذیرش کارآفرینی دیجیتالی در سازمان، رتبه های دوم و سوم را به عنوان عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینی دیجیتالی به خود اختصاص می دهند.

## کلمات کلیدی:

کارآفرینی دیجیتال، فراترکیب، آنتروپی شانون، فناوری اطلاعات و ارتباطات، کسب و کار الکترونیک

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1023865>

