

عنوان مقاله:

بررسی اثرات هوشمندی کسبوکار، یادگیری شبکه ای و نوآوری در ارتقای کارایی استارت آپ های موبایلی در حوزه پرداخت الکترونیک

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی مدیریت و تجارت الکترونیک (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

سیدعلی تولیت - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسبوکار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

نادر محقق - گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

امیررضا علیزاده مجد - گروه مدیریت کسب و کار، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این پژوهش بررسی اثرات هوشمندی کسبوکار، یادگیری شبکه ای و نوآوری در ارتقای کارایی استارت آپ های موبایلی در حوزه پرداخت الکترونیک است. تحقیق حاضر از منظر هدف، کاربردی و بر حسب گردآوری اطلاعات توصیفی - همبستگی است. داده ها با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته و با روش تصادفی ساده، از ۳۶ نفر از مدیران ارشد و کارشناسان خبره اپلیکیشن های منتخب، گردآوری شده و تحلیل داده ها با رویکرد معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart PLS انجام یافته است. آلفای کرونباخ برای تمامی سازه ها بالاتر از ۰/۷ و مقدار میانگین واریانس استخراج شده بالاتر از ۰/۵ بوده و روایی و پایایی سازه ها تایید شد. بر اساس نتایج این مطالعه، ظرفیت های هوشمندی کسب و کار بر یادگیری، نوآوری و عملکرد شبکه تاثیر می گذارد. بر همین اساس، توجه به ظرفیت های هوشمندی کسب و کار در ابتدای کار، با توجه به تاثیراتی که می تواند بر عملکرد شرکت داشته باشد، باید مورد توجه قرار گیرد. همچنین تاثیر یادگیری شبکه، قابل توجه است و تاثیر مثبتی در عملکرد دارد. در استارت آپ ها معمولا با کمبود منابع مبارزه می کنند و تیم با تقاضای زیادی مواجه است، به نظر می رسد که پیشنهاد دادن به استفاده از شیوه های هوشمندی کسب و کار یک چالش جدید برای مقابله با آن است، اما به عنوان یک منبع مهم برای تصمیم گیری بهتر، می تواند استفاده شود. از دیگر نکات مهم در استارت آپ ها، پارادایم مدیریت تصمیم گیری می باشد که یکی از راهکارهای تسهیل در این موضوع بکارگیری مفاهیم هوشمندی کسب و کار می باشد.

کلمات کلیدی:

هوشمندی کسب و کار، یادگیری شبکه ای، نوآوری، عملکرد استارت آپ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1246147>

