

## عنوان مقاله:

شناسایی و تحلیل ابعاد توسعه کارآفرینی دیجیتال و ارائه مدلی برای آن در شرکت های دانش بنیان کوچک و متوسط

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، دوره 8، شماره 4 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

## نویسندگان:

ملیکا فرد - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران.

محمدرضا کاباران زاد قدیم - عضو هیئت علمی، گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران.

جلال حقیقت منفرد - عضو هیئت علمی، گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران.

## خلاصه مقاله:

کارآفرینی دیجیتال، شیوه جدید کسب و کار است که زمینه را برای توسعه اقتصادی در کشورهای در حال توسعه فراهم می کند و به فراخور شیوع کووید-۱۹ نیز ضرورت توسعه آن تسریع شده است. از سوی دیگر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه دیجیتالی در ایران نسبتا کند است و تاکنون پژوهشی به صورت جامع، ابعاد توسعه این نوع کسب و کارها را بررسی نکرده است. براین اساس هدف پژوهش حاضر، شناسایی و تحلیل ابعاد توسعه کارآفرینی دیجیتال در شرکت های دانش بنیان کوچک و متوسط و ارائه مدلی برای آن می باشد. در این پژوهش با مطالعه پیشینه موضوع و مصاحبه نیمه ساختاریافته، ابتدا ۱۴۷ کد مربوط به توسعه کارآفرینی دیجیتال شناسایی شده است و سپس بانکیه بر روش کیفی تحلیل مضمون، کدها در قالب ۲۹ مضمون پایه و ۷ مضمون سازمان دهنده طبقه بندی شده اند. در ادامه با به کارگیری مدل سازی ساختاری تفسیری، مضامین مدل سازی شده اند و در نتیجه مدل نهایی در سه سطح زمینه ای، ساختاری و محتوایی قرار گرفته اند. در نهایت نیز مدل پیشنهادی با روش تحلیل عاملی تاییدی در مدل سازی معادلات ساختاری تأیید شده است. براساس یافته های پژوهش، از میان ۷ عامل اثربخش در توسعه کارآفرینی دیجیتال، عوامل بعد ساختاری و عوامل بعد زمینه ای به ترتیب بیشترین تاثیرپذیری و تاثیرگذاری را داشته اند و در نتیجه از نقشی کلیدی در توسعه کارآفرینی دیجیتال در شرکت های دانش بنیان کوچک و متوسط برخوردار می باشند.

## کلمات کلیدی:

کارآفرینی دیجیتال، فناوری اطلاعات و ارتباطات، تحلیل مضمون، مدلسازی ساختاری تفسیری، کسب و کار الکترونیک

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1250423>

