

عنوان مقاله:

بررسی نقش روان شناختانه شبکه های اجتماعی بر تقویت استراتژی کارآفرینی

محل انتشار:

همایش بین المللی کارآفرینی با شعار "توسعه استعداد کارآفرینی: راهی به سوی تحول" (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

آتوسا طالبیان - کارشناس ارشد روانشناسی بالینی، دانشگاه آزاد اسلامی چالوس، چالوس، ایران.

خلاصه مقاله:

سازمان ها در حال وارد شدن به اقتصاد مبتنی بر دانش هستند، اقتصادی که در آن دانش و دارایی های نامشهود، به عنوان مهم ترین عامل تولید و همچنین به عنوان مهم ترین مزیت رقابتی سازمان ها شناخته شده است. از طرفی، جهانی با ویژگی هایی که ارتباطات رایانه ای و اینترنتی آن را رقم زده، پدید آمده است. جامعه شبکه ای باعث شده است تا جامعیت، پیچیدگی و شبکه سازی فناورانه به حوزه های متنوع زندگی و آموزشی نفوذ کند. اهمیت شبکه های اجتماعی هر روز بیشتر به عنوان یک عنصر کلیدی در فعالیت های کارآفرینی آشکار می شود، آن ها پایه ای برای انسجام اجتماعی به وجود می آورند و تبادل منابع و اطلاعات را آسان می کنند. در نتیجه، توسعه حاصل از فناوری های نوین همراه با تحول رسانه ای، حوزه های زیادی از جمله شیوه ارتباط، تفکر، کار و کارآفرینی را تحت تاثیر قرار داده است. اهمیت شبکه های اجتماعی در کارآفرینی و کسب و کارها در اشتراک گذاری اطلاعات است، به طوری که کسب و کارهای کوچک و متوسط روزبه روز علاقه بیشتری به شبکه های اجتماعی مختلف نشان می دهند. رواج تجارت الکترونیکی و کسب و کارهای آن لاین، جنبه اقتصادی شبکه های اجتماعی مجازی را از اهمیت چشم گیری برخوردار کرده است.

کلمات کلیدی:

کارآفرینی، شبکه های اجتماعی، استراتژی کارآفرینی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1504482>

