

عنوان مقاله:

مروری بر ادبیات گرایش استراتژیک کارآفرینانه و دیجیتالی سازی

محل انتشار:

دومین کنگره بین المللی مدیریت، اقتصاد، علوم انسانی و توسعه کسب و کار (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

سیده مهلا تهامی - دانشجوی ارشد کارآفرینی سازمانی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

ابوالقاسم عربیون - دانشیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

الهه حسینی - پسا دکتری مدیریت بازرگانی دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران

بابک ضیاء - دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

گرایش های استراتژیک کارآفرینانه و دیجیتالی سازی ، به دو عامل مهم و پرشتاب در جهان کسب و کار و کارآفرینی اشاره دارد که در آینده های نزدیک ، تحولات بزرگی را برای شرکت هایی که این دو عامل را در استراتژی های خود لحاظ نکرده اند، به همراه خواهد داشت . در پژوهش حاضر تلاش شده است تا مروری بر مفاهیم ارائه شده در زمینه استراتژیک کارآفرینانه و دیجیتالی سازی ، روندهای موجود و چشم انداز آینده مورد بررسی قرار گیرد. این پژوهش به صورت مرور مبانی نظری و با روش کتابخانه ای انجام شده است و پس از بررسی مقالات در پایگاه های علمی معتبر، از طریق ترکیب ادبیات داخلی و خارجی ، تعاریف و مفاهیم مربوط را بررسی کرده و شباهت ها و تفاوتها را تحلیل می کند. علاوه بر این ، با مروری بر روندهای گذشته و حال، چشم انداز آینده را مطرح می کند. یافته های پژوهش ، گواه بر آن است که گرایش های استراتژیک کارآفرینانه و دیجیتالی سازی ، به شرکت ها کمک می کنند تا با رشد و توسعه ، رقابتی تر و پایدارتر باشند و بهترین خدمات را به مشتریان خود ارائه دهند. بنابراین ، این تاثیرگرایش ها به عنوان یکی از مهمترین عوامل موثر در موفقیت شرکت ها در عصر حاضر و آینده، بسیار ارزشمند هستند و شرکت ها باید به دنبال بهره گیری از آنها در استراتژی های خود باشند.

کلمات کلیدی:

گرایش های استراتژیک کارآفرینانه ، دیجیتالی سازی ، شرکت های دانش بنیان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1712441>

