

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دیجیتال در بین دانشجویان با استفاده از متدولوژی AHP

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی چالش‌های مدیریت فناوری اطلاعات در سازمان‌ها و صنایع (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

محسن اکبری - استادیار و عضو هیات علمی مدیریت دانشگاه گیلان،

میلاذ هوشمندچایجانی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه گیلان،

فهیمه بشارتی - دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران،

خلاصه مقاله:

اینترنت همه جنبه‌های زندگی امروزی افراد را تحت تأثیر قرار داده و منجر به ایجاد فرصت‌های بسیاری می‌شود که قبلاً چه در کسب و کارها و چه در افراد تجربه نشده است. کسب و کارها می‌توانند از اینترنت به منظور تسهیل‌کننده کار خود و کاهش‌دهنده هزینه‌ها و همچنین ایجادکننده روابط بهتر و کاملتر با مشتریان خود استفاده نمایند. افراد نیز می‌توانند از اینترنت به عنوان زمین‌های برای ایجاد کارآفرینی و کسب و کار استفاده نمایند. در این راستا، دانشجویان به عنوان بخش فعالی از جامعه، از انقلاب رخ داده شده در زمینه اینترنت می‌توانند در زندگی روزانه خود، یادگیری، تحصیل و کسب و کار و کارآفرینی منفعت ببرند. بررسی ماهیت کسب و کارهای امروزی از منظر دیجیتال نشان دهنده این واقعیت است که امروزه بسیاری از فعالان اقتصادی به فضای مجازی به عنوان چالش در عرصه رقابت نگریسته و به سبب آن به کارآفرینی در محیط آنلاین و دیجیتال به منزله مزیت رقابتی مینگرند. لذا در این پژوهش با توجه به اهمیت کارآفرینی و افزایش استفاده از اینترنت، به بررسی این بعد از کارآفرینی در دانشجویان به عنوان گنجینه‌های نیروی انسانی جامعه پرداخته شده است. بدین منظور، با استفاده از جستجو در ادبیات مربوطه و نظر خبرگان و اساتید کارآفرینی، ابعاد گرایش به کارآفرینی دیجیتال در دانشجویان و جامعه دانشگاهی شناسایی شده و سپس با استفاده از روش AHP این ابعاد در سه بعد؛ فردی، دانشگاهی و بیرونی به همراه زیر معیارهای مرتبط با خود تقسیم بندی و رتبه‌بندی شدند

کلمات کلیدی:

کارآفرینی دیجیتال، کارآفرینی دانشگاهی، عوامل تقویت‌کننده کارآفرینی، متدولوژی AHP

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/372269>

