

## عنوان مقاله:

بررسی اثر تجارت اینترنتی بر کسب و کار های تازه وارد

## محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی یافته های نوین علوم و تکنولوژی با محوریت علم در خدمت توسعه (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

سونیا دادسروش - دانشجوی مرکز علمی کاربردی خانه کارگر، دانشگاه جامع علمی کاربردی، تهران، ایران

سحر پیرمحمدی - دانشجوی مرکز علمی کاربردی خانه کارگر، دانشگاه جامع علمی کاربردی، تهران، ایران

رویا اکبری - دانشجوی مرکز علمی کاربردی خانه کارگر، دانشگاه جامع علمی کاربردی، تهران، ایران

سیده مهتاب رضوی - دانشجوی مرکز علمی کاربردی خانه کارگر، دانشگاه جامع علمی کاربردی، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف این مقاله بررسی تاثیر کسب و کار الکترونیکی بر عملکرد بنگاه های نوظهور میباشد. کسب و کار الکترونیکی در رابطه با فعالیتهای طراحی، تولید، بازاریابی، توزیع، هماهنگی با تامین کنندگان و خدمات پس از فروش مورد بررسی قرار میگردد. نتایج نشان میدهد کسب و کار الکترونیکی از سه مجرای تغییر فرایندهای تولید و توزیع (طراحی، بازاریابی، توزیع، هماهنگی با تامین کنندگان و خدمات پس از فروش) کاهش هزینه های عملیاتی و افزایشها بازدهی داراییها بر عملکرد بنگاه ها موثر بوده است. دولت با تدوین قوانین حمایتگرایانه، دانشگاه ها با آموزش اصولی و ایجاد فضای تفکر کارآفرینی و بخش خصوصی با سرمایهگذاری خطرپذیر مثلت طلایی رشد کارآفرینی در کشور خواهند بود.

## کلمات کلیدی:

بنگاه های نوظهور، کسب و کار الکترونیکی، بازاریابی الکترونیک، زنجیره ارزش

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1039012>

