

عنوان مقاله:

آمادگی کسب و کار الکترونیکی شرکتهای کوچک و متوسط صنعتی برای حضور در بازارهای اینترنتی

محل انتشار:

فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، دوره 13، شماره 1 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

رضا شافعی - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه کردستان

مهران رضوانی - دانشیار گروه کارآفرینی سازمانی، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی در این پژوهش تعیین سطح آمادگی کسب و کار الکترونیکی در میان شرکتهای کوچک و متوسط صنعتی غرب کشور و بررسی میزان توانمندی آنها برای حضور در بازارهای اینترنتی است. روش تحقیق مطالعه حاضر از نوع توصیفی است. جامعه آماری پژوهش مشتمل بر تمامی شرکتهای کوچک و متوسط در استانهای کردستان، همدان و کرمانشاه است که از طریق نمونهگیری تصادفی طبقهای تعداد ۱۵۶ شرکت انتخاب شده‌اند. بنا بر نتایج تحقیق، میزان آمادگی الکترونیکی شرکتهای مذکور بر اساس آزمون تفاوت میانگین‌ها، ۸/۲٪ بود که پایین‌تر از حد انتظار است. دیگر یافته‌ها حاکی از این است که ۶۰٪ شرکتهای در سطح آمادگی اطلاعاتی و درصدی نیز در همین حدود (۵۲٪) دارای سطح بروشوری در کسب و کار الکترونیکی هستند. یافته‌های رگرسیونی نشان میدهد زیرساختهای فناوری با ۸۷٪ و عامل منابع انسانی با ۶۲٪، بیشترین سهم را دارا بوده‌اند. طبقه‌بندی JEL: M۱۵, M۳۱, L۸۱

کلمات کلیدی:

آمادگی کسب و کار الکترونیکی، بازارهای اینترنتی، زیرساختها، عوامل انسانی، شرکتهای کوچک و متوسط

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1187958>

