

عنوان مقاله:

شبکه های اجتماعی و مدیریت کسب و کارهای نوپا، فرصت و تهدیدها

محل انتشار:

دومین همایش ملی مدیریت نوین و کسب و کارهای نوپا (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

پریسا رضوی نژاد - دانشجو دانشکده مدیریت، دانشگاه شیراز

ریحانه فتوح نژاد - دانشجو دانشکده مدیریت، دانشگاه شیراز

خلاصه مقاله:

هدف این مقاله بررسی علت وجود شبکه های اجتماعی (روابط اجتماعی، چگونگی گسترش ارتباط با مشتریان و بین المللی شدن کسب و کار) و تاثیر آن بر کسب و کارهای نوپا با توجه به فرصت ها و چالش های موجود است. برای جمع آوری داده ها و اطلاعات این مقاله از روش مروری استفاده شده است؛ یافته های این مطالعه نشان می دهد شبکه های اجتماعی بر توسعه ی کسب و کارهای نوپا تاثیر مثبت و معنادار دارد و برای ادامه حیات آن ها الزامی است. نتایج به دست آمده نشان می دهد که با توجه به فرصت ها و چالش های موجود در بازار (بی اعتمادی مخاطبین و خطرات امنیتی به دلیل مجازی و غیرفیزیکی بودن شبکه های اجتماعی)، وجود اینترنت و شبکه های اجتماعی به عنوان یک منبع اطلاعاتی مناسب برای یافتن موارد جدید (جذب مشتریان بیشتر بدون محدودیت جغرافیایی، کاهش هزینه های توزیع، مدت زمان تحویل کالا، ارتباط با آن ها بدون محدودیت مکانی و فروش اقلام و فروش اقلام کالایی و خدماتی در سراسر جهان) است و به کسب و کارها این امکان را می دهد که با روشی مقرون به صرفه تر و کارآمدتر به حیات خود ادامه دهند.

کلمات کلیدی:

شبکه های اجتماعی، اینترنت، کسب و کارهای نوپا، فرصت ها، چالش ها

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1246234>

