

## عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر توسعه تجارت الکترونیک در کسب و کارهای کوچک و متوسط

## محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسنده:

نوید ماجدی - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت کسب و کار، دانشگاه علامه طباطبایی

## خلاصه مقاله:

شرکت های کوچک و متوسط نقش عمده ای در اقتصاد ملی دارند. برخورداری از فرآیندهای الکترونیکی فرصت های زیادی را برای این شرکت ها برای مشارکت در بازارهای منطقه ای و بین المللی فراهم می آورد. از این رو هدف پژوهش حاضر، شناسایی عوامل موثر بر توسعه تجارت الکترونیک در کسب و کارهای کوچک و متوسط می باشد. در ای پژوهش که از نوع توصیفی- تحلیلی است با استفاده از مطالعه ادبیات و مبانی نظری به استخراج عوامل پرداخته شد. سپس پرسشنامه ای ماتریسی تخیخ و در اختیار ۳۵ نفر از خبرگان که با استفاده از روش نمونه گیری گلوله برفی انتخاب شدند، قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از رویکرد نگاشت شناختی فازی و نرم افزارهای Fcmappper و UCINET استفاده شده است. نتایج به دست آمده نشان می دهد که از ۱۰ عامل استخراج شده، عوامل محصول و خدمات، الزامات فنی و نوآوری تاثیر بیشتری در این حوزه دارند.

## کلمات کلیدی:

تجارت، تجارت الکترونیک، کسب و کار، کسب و کارهای کوچک و متوسط

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1246256>

