

## عنوان مقاله:

بررسی مزیت رقابتی با مدیریت نوآوری نسبت به اجرای تجارت الکترونیک (مطالعه موردی: بنگاه های کوچک و متوسط)

## محل انتشار:

ششمین کنگره ملی آنالیز داده ها در علوم انسانی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسنده:

محمد حسن بهمنی راد - دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت استراتژیک، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

تجارت در دنیای امروز، با رقابت شدید، نوع نیاز مشتریان، تعهدات و ... تشریح می شود. در نتیجه تجارت، نیازمند اداره کردن با کارایی و قابلیت اعتماد بالا است. هدف از انجام این پژوهش شناخت رابطه مزیت نسبی و فشار رقابتی نسبت به اجرای تجارت الکترونیک (مطالعه موردی: بنگاه های کوچک و متوسط) در سال ۱۴۰۲ می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر بنگاه های کوچک و متوسط اقتصادی است که منظور از آنها شرکت های حاضر در شهرک های صنعتی و خارج از شهرک های صنعتی استان البرز می باشد. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه می باشد که پس از بررسی های انجام شده مشخص گردید تعداد ۳۱۶۸ واحد در سطح استان البرز در زمره واحدهای کوچک و متوسط می باشند. بنابر نمونه گیری تصادفی، برخی از گروه های صنعتی حاضر در سطح استان البرز مورد پژوهش واقع گردید. بنابراین حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران (با احتساب سطح خطای ۵ درصد) تعداد ۲۲۰ واحد مشخص گردید. که بدین منظور ۲۵۰ عدد پرسشنامه در می ان شرکت های یاد شده ارسال و نهایتاً پس از حذف پرسشنامه های مخدوش تعداد ۲۰۰ عدد مورد تایید قرار گرفت. پس از اخذ داده های پرسشنامه و محاسبات انجام شده بر روی آن مشخص گردید آلفای کرونباخ اجرای تجارت الکترونیک (۰/۸۸)، مزیت نسبی (۰/۹۳۲) و فشار رقابتی (۰/۹۱۰) می باشد. طبق نتایج حاصل از پژوهش تایید گردید بین مزیت نسبی و اجرای تجارت الکترونیک و همچنین بین فشار رقابتی و اجرای تجارت الکترونیک در می ان شرکت های کوچک و متوسط ارتباط معنی داری وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

مزیت رقابتی، میکروگردید ترکیبی، تجارت الکترونیک، کنترل شبیهی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1965086>

