

عنوان مقاله:

نقش تجارت الکترونیک (EC) در ایجاد مزیت رقابتی در کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMEs)

محل انتشار:

هفتمین همایش ملی و اولین همایش بین المللی تجارت و اقتصاد الکترونیکی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

عبدالمجید مصلح - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه خلیج فارس بوشهر

یونس جعفرپور - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر

محمودرضا سعیدی - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر

خلاصه مقاله:

پیشرفت سریع تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات، از جمله تغییرات مهم و اساسی چند دهه اخیر بوده و تأثیر آن بر رشد اقتصادی بنگاه های کارآفرین کشورها انکارناپذیر است. تجارت الکترونیک از جمله ابعاد گوناگون این تکنولوژی است که بر سازمان های تجاری و غیر تجاری تأثیر فراوانی داشته است. کاربرد تجارت الکترونیک در سازمان های بزرگ تجاری به وضوح قابل مشاهده است. اما علی رغم مزایای رقابتی زیاد آن برای کسب و کارهای کوچک و متوسط به عنوان بنگاه های کارآفرین، کاربرد آن تا حد زیادی مغفول مانده است. تجارت الکترونیک در محیط کسب و کار کشورهای پیشرفته، نه تنها در سازمان های بزرگ مورد استفاده قرار می گیرد، بلکه در حال نفوذ سریع به سازمان های کوچک و متوسط (SMEs)، است. در این مقاله با مروری بر ادبیات مطرح شده در این زمینه، عوامل مزیت رقابتی متعددی با بکارگیری تجارت الکترونیک شامل کاهش هزینه های ارتباطات و مدیریت، کاهش هزینه های انتقال، تمام وقت بودن برای ارائه خدمات به مشتریان، کاهش هزینه های بازاریابی و توزیع و در نهایت بهبود کارایی، اثربخشی و بهره وری، شناسایی گردیده است.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، کسب و کارهای کوچک و متوسط

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/289281>

