

عنوان مقاله:

ارزیابی عوامل پذیرش تجارت الکترونیک توسط SMEs با استفاده از تکنیک FAHP

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

معصومه سیفی دیوکلائی - دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشگاه امام رضا (ع)

زهرا عطف - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائمشهر

خلاصه مقاله:

در عصر جهانی شدن اقتصاد، اهمیت و نقش صنایع کوچک و متوسط در کشورهای صنعتی و کشورهای در حال توسعه رو به افزایش می باشد. این بنگاه ها در حال حاضر با مشکلات زیاد ساختاری، قانونی، فناوری، مالی و... مواجه بوده و قادر به تولید محصولات قابل رقابت در بازارهای جهانی نیستند. و به دلیل ظهور فناوری های نوین، مسئله پذیرش فناوری توسط سازمان ها برای کسب مزیت رقابتی از اهمیت زیادی برخوردارست. ادغام تجارت الکترونیک در فعالیت های کسب و کار مدیران سازمان های کوچک و متوسط موجب تغییر در روش انجام کسب و کار و پذیرش فن آوری های نوین می شود که بدین وسیله سازمان های کوچک و متوسط می توانند رشد کرده و این امر می تواند کمکی باشد تا شکاف موجود بین کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته کاهش یابد. در این مقاله پس از مرور تحقیقات پیشین و گرفتن نظر خبرگان امر عوامل پذیرش تجارت الکترونیک در بنگاه های کوچک و متوسط شناسایی و سپس با استفاده از فرایند سلسله مراتب فازی (FAHP) عوامل و گزینه های آن ها رتبه بندی شدند. مطابق با نتایج عوامل سازمانی و همچنین گزینه حمایت های عالی مدیریت با داشتن بالاترین وزن مهمترین عامل و گزینه در پذیرش تجارت الکترونیک می باشند.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، صنایع کوچک و متوسط، تکنیک FAHP

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/289289>

