

## عنوان مقاله:

نقش نیروهای رقابتی پورتر در انتخاب مدل کسب و کار الکترونیک در صنعت خودرو (مطالعه موردی: شرکت ایران خودرو)

## محل انتشار:

فصلنامه تخصصی رشد فناوری، دوره 6، شماره 23 (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

## نویسندگان:

محسن شفیعی نیک آبادی - دانشجوی دکترای مدیریت تولید و عملیات دانشگاه علامه طباطبائی

اعظم جلیلی بوالحسنی - دانشجوی دکترای مدیریت تولید و عملیات دانشگاه علامه طباطبائی

## خلاصه مقاله:

هدف اصلی مقاله بررسی نقش نیروهای پنج گانه پورتر در انتخاب مدل کسب و کار الکترونیک در صنعت خودرو می باشد. در این تحقیق پنج نیروی رقابتی پورتر که عبارتند از تهدید رقبای تازه وارد، تهدید محصولات یا خدمات جایگزین، قدرت چانه زنی خریداران، قدرت چانه زنی تامین کنندگان و رقابت در میان شرکت های موجود در صنعت خودرو، در میان دو شرکت ایران خودرو و سایپا که دارای بیشترین سهم بازار در کشور هستند مورد ارزیابی قرار گرفته اند. بعد از پیمایش صورت گرفته و شناسایی عوامل مهم (همه عوامل در انتخاب کسب و کار الکترونیک در صنعت خودرو نقش داشتند) به صورت موردی به اندازه گیری این نیروها در شرکت ایران خودرو پرداخته شد تا قدرت این شرکت از نظر محیط صنعتی در انتخاب مدل کسب و کار الکترونیک مورد بررسی قرار گیرد.

## کلمات کلیدی:

نیروهای رقابتی پورتر، مدل کسب و کار الکترونیک

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/296820>

