

عنوان مقاله:

عوامل مؤثر در پذیرش تجارت الکترونیک در شرکتهای تعاونی کشاورزی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و فناوری اطلاعات و ارتباطات (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

نویسندگان:

زهرا حاجی هاشمی - دانشجوی دکتری تخصصی ترویج کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

حشمت اله سعدی - دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

علی صناعی - استاد تمام پژوهشکده مدیریت و عضو هیأت علمی دانشگاه اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

ضرورت پرداختن به مقوله حساس تجارت الکترونیک و پذیرش آن به ویژه در تعاونی های کشاورزی و توسعه و ترویج آن در شرایط کنونی جامعه ایران بیش از پیش احساس میشود. پژوهش حاضر، درصدد است تا علاوه بر پرداختن به مفهوم تجارت الکترونیک، مزایا، عناصر، زیرساخت ها و راهکارهای توسعه ی تجارت الکترونیک به بررسی عوامل مؤثر بر به کارگیری تجارت الکترونیک در شرکتهای تعاونی کشاورزی و عوامل کلیدی موفقیت این تجارت برای شرکت های مذکور بپردازد. نتایج حاصل از مطالعات وسیع و گسترده کتابخانه ای و جستجو و بررسی منابع اینترنتی نشان داد که تجارت الکترونیک در سه حوزه عملیات، خدمات و بازاریابی فرصتهایی در اختیار شرکتهای قرار میدهد و تجارت الکترونیک در دو حوزه اساسی میتواند شرکتهای تعاونی کشاورزی را از لحاظ عملکرد اقتصادی و تجاری تقویت کند. از یک طرف، کاربرد تجارت الکترونیک در این شرکت ها میتواند از لحاظ ارتباطی، توان و مزیت نوآوری را در این شرکتهای ارتقا دهد. مسأله دیگر بخشی از نقاط ضعف این شرکتهای است که توان نوآوری آنها را نسبت به شرکت های بزرگ تحت تأثیر قرار میدهد و همچنین از لحاظ ارتباطات بین سازمانی تا حد زیادی میتواند خوشه ها و گروه بندی های اقتصادی را در توسعه شرکتهای تعاونی و نقش اقتصادی آنها حمایت و تقویت کند. به علاوه، یافته های حاصل نشان داد که پذیرش تجارت الکترونیک تحت تأثیر عواملی قرار دارد که تأثیرات مثبت و یا منفی در پذیرش آن دارند و برخی از آنها عبارتند از: آمادگی سازمانی، سازگاری، مزایا و مخاطرات تجارت الکترونیک و سهولت استفاده درک شده

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، تعاونی کشاورزی، تجارت الکترونیک و تعاونی کشاورزی، پذیرش، کشاورزی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/528469>

