

## عنوان مقاله:

عوامل موثر در انتخاب مدل های کسب و کار الکترونیکی کوچک و متوسط در ایران

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، دوره 3، شماره 12 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

## نویسندگان:

محمود محمدیان - استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

امیررضا روحانی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران، ایران

علی هاشمزی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، ایران

مجتبی کریمیان - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

گسترش کسب و کارهای الکترونیکی در سایه اقتصاد دیجیتال، انتخاب مدل کسب و کار الکترونیک را به یک ضرورت استراتژیک تبدیل کرده است؛ بنابراین آگاهی از مجموعه عوامل موثری که این انتخاب را تحت تاثیر قرار میدهند برای مدیران و محققان از اهمیت بالایی برخوردار است. پژوهش حاضر مجموعه عوامل محیطی و سازمانی موثر بر انتخاب مدل کسب و کار الکترونیکی را در ادبیات موضوع شناسایی نموده و سپس با پرسش از مدیران 395 شرکت و 10 نفر خبره از طریق پرسشنامه و بر اساس سه معیار: هماهنگی درونی، هماهنگی بیرونی و هم افزایی داده‌های لازم را جهت بررسی و رتبه بندی این عوامل جمع‌آوری کرده است. در رتبه بندی عوامل از تاپسیس فازی استفاده شده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که کلیه عوامل شناسایی شده عوامل موثری در انتخاب مدل های کسب و کار الکترونیکی در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران بوده، همچنین عوامل یکپارچگی فرایندها و راهبردهای سازمانی به ترتیب مهم ترین عوامل موثر در انتخاب مدل های کسب و کار الکترونیک در کسب و کارهای الکترونیک کوچک و متوسط ایران هستند

## کلمات کلیدی:

مدل کسب و کار، کسب و کار الکترونیک، کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط، تاپسیس فازی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/602272>

