

عنوان مقاله:

اولویت بندی شاخص های تعیین کننده آمادگی شرکتهای کوچک و متوسط در بکارگیری بازارهای الکترونیکی در صنعت فرش

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی نوآوری در مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

سیده سارا فتاحی - عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی طبرستان، چالوس

مژگان بحرکاظمی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

دنیای امروز و اقتصاد جهانی شاهد تحولات گسترده در زمینه تبادل اطلاعات و توسعه فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی می باشد که این موضوع بکارگیری و اتخاذ روشها و خط مشی های جدید را در مدیریت و فعالیتهای اقتصادی اجتناب ناپذیر می نماید، از این رو برای سهولت در تجارت باید از شیوه های نوین بازرگانی بهره جست که شامل به کارگیری استانداردهای مبادله الکترونیکی داده ها و انجام معاملات با استفاده از بازارهای الکترونیکی می باشد. در این میان صنایع کوچک و متوسط به عنوان یکی از اجزای حیاتی رشد در اقتصاد، برای ورود و حضور موفق در بازار الکترونیکی باید با استفاده از ابزار ارزیابی مناسب، سطح فعلی آمادگی صنعت خود را ارزیابی نمایند، زیرا چنانچه از آمادگی کافی برای ورود به بازارهای الکترونیکی برخوردار نباشند با شکست روبه رو خواهند شد. در این پژوهش بر اساس مطالعه پژوهش های پیشین و ادبیات مرتبط با موضوع عوامل فنی، عوامل سازمانی و عوامل بین سازمانی به عنوان عوامل ارزیابی آمادگی سازمان برای ورود به بازار الکترونیکی معرفی و به رتبه بندی عوامل پرداخته شد. حجم نمونه 52 واحد می باشد که از سازمان های کوچک و متوسط فعال صنعت فرش در شهر تهران انتخاب و با پرسشنامه 41 سوالی با طیف لیکرت هفت نقطه ای مورد بررسی قرار گرفت. ضریب پایایی پرسشنامه با روش آلفای کرونباخ معادل 0/76 محاسبه و نتایج آزمون فریدمن حاکی از اهمیت عوامل فنی بیش از عوامل سازمانی و بین سازمانی می باشد.

کلمات کلیدی:

بازار الکترونیکی، آمادگی الکترونیکی، ارزیابی، شرکت های کوچک و متوسط

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/262967>

