

بررسی تأثیر تجارت الکترونیک بر توسعه صادرات محصول

مسعود غلامی^۱، سراج‌الدین محبی^۲

^۱ دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قشم

^۲ عضو هیئت‌علمی و استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد قشم

چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی تأثیر تجارت الکترونیک بر توسعه صادرات محصول می‌باشد. در این تحقیق از روش کتابخانه‌ای یا اسنادی بر اساس نتایج پیشینه تحقیق استفاده شده است. در این روش از مهم‌ترین ابزار یعنی فیش‌برداری از پیشینه تحقیق استفاده شده است که با مراجعه به پیشینه‌های تحقیق شناسایی شده از قبل، مطالب مهم و مورد نیاز خود در فیش‌های تحقیق البته با ذکر دقیق مشخصات منبع مورد استفاده نوشته شده و اطلاعات جمع‌آوری شده که در فیش‌ها ثبت شده‌اند با یک نظم منطقی دسته‌بندی و نتیجه تحقیق با نتیجه پیشینه تحقیق تطبیق داده شده است. با توجه به یافته‌های تحقیق و با توجه به نتیجه تحقیقات پیشین در این مطالعه که اینترنت و تجارت الکترونیک یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار در صادرات محصولات بوده و هست، تجارت الکترونیک نقش اساسی در بهبود و ارتقاء شاخص‌های اقتصادی دارند و به همین دلیل اتخاذ روش‌ها و ابزارهای نوآورانه و نوین انجام فرآیندهای و امور کسب‌وکار مانند تجارت الکترونیک نقش مهمی در موفقیت این‌گونه سازمان‌ها خواهد داشت و شرکت‌های صادراتی به‌طور فزاینده‌ای در حال تلاش در راستای شناسایی توان بالقوه اینترنت برای فعالیت‌های صادراتی موجود و یافتن مشتریان صادراتی جدید می‌باشند.

واژه‌های کلیدی: تجارت الکترونیک، توسعه، صادرات محصول، شاخص‌های اقتصادی، کسب‌وکار

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۷، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۰، صفحات ۲۰۱-۱۹۴