

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر موفقیت و شکست کسب و کارهای اینترنتی در ایران

محل انتشار:

اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

بهروز زارعی - استادیار و عضو هیات علمی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

مریم سادات فاطمی - دانشجوی کارشناسی ارشد، کارآفرینی گرایش کسب و کار جدید، دانشکده کارآفری

خلاصه مقاله:

دهه نود میلادی دهه ظهور کسب و کارهایی بود که به کسب و کارهای دات کام معروف شدند. کسب و کارهایی که در قالب یک وب سایت راه اندازی می شوند تا به بهره برداری از فرصت هایی بپردازند که در اثر فناوری اینترنت حاصل شده است. موفقیت و یا شکست این کسب و کارها نیز همچون سایر انواع کسب و کارها متأثر از عوامل مختلفی است. تحقیقات نشان داده است که فقدان دانش پایه ای کسب و کار، نداشتن طرح کسب و کار و یا ضعیف بودن آن، تبلیغ غیر مؤثر، تدارکات ناکافی، ناتوانی در برآورده سازی نیازهای مشتریان، استفاده نابجا از منابع مالی و کاهش تدریجی علاقه سرمایه گذار به تجارت الکترونیک و همچنین رشد قارچی شرکت های اینترنتی و بروز تغییر در رفتار خرید مشتریان، از مهم ترین دلایل شکست کسب و کارهای اینترنتی بوده است. از سوی دیگر کسب و کارهای اینترنتی موفق اغلب از نوع ترکیبی (حقیقی و مجازی) بوده اند که از زنجیره تأمین قوی و همچنین دامنه ای از مشتریان موجود خود بهره می بردند. ایران با برخورداری از حدود 23 میلیون کاربر اینترنتی در حال حاضر و بسترسازی برای رشد ظرفیت و ضریب نفوذ اینترنت در آینده دارای پتانسیل زیادی در زمینه کسب و کارهای اینترنتی است. این مقاله که برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد است با استفاده از مطالعه موردی سایت های اینترنتی موفق و ناموفق و مصاحبه با خبرگان این حوزه، به شناسایی عوامل موثر بر موفقیت و شکست کسب و کارهای اینترنتی در ایران می پردازد. این عوامل در دو دسته عوامل درونی و محیطی مورد بررسی قرار گرفته اند و در این مقاله در قالب مدلی ارائه شده اند.

کلمات کلیدی:

کسب و کار اینترنتی، موفقیت، شکست، معیار موفقیت و شکست، عوامل موفقیت و شکست

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/108278>

