

نقش تجارت الکترونیک در رشد کسب و کارها و توسعه اقتصادی کشورها

آرمان احمدی‌زاد

استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه کردستان، سنندج، ایران

A.Ahmadizad@uok.ac.ir

محمد رضا فتحی^{*۱}

* (نویسنده مسئول) کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه کردستان، سنندج، ایران

MRF1396@gmail.com

مریم ورمقانی

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه کردستان، سنندج، ایران

Maryam.varmaghani70@yahoo.com

سید مجتبی داودی

کارشناس ارشد مدیریت استراتژیک دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران

Sm.davoudy@gmail.com

چکیده

نتایج حاصل از فناوری اطلاعات و ارتباطات و بطور جزئی‌تر، تجارت الکترونیک را می‌توان در دو بخش اقتصاد خرد و کلان مورد بررسی قرار داد. در دیدگاه اقتصاد کلان، تجارت الکترونیک با از میان بردن مرزهای جغرافیایی موجب تسهیل واردات و صادرات شده و از این طریق بر تولید ناخالص داخلی اثر می‌گذارد و اهمیت فناوری اطلاعات و ارتباطات تا آنجا بوده است که به‌عنوان عاملی مؤثر و جدید وارد الگوهای رشد گردیده است. هدف از انجام این پژوهش مطالعه تاثیر اینترنت بر توسعه کسب و کارها و بالطبع اقتصاد کشورها می‌باشد. یافته‌های این مطالعه عبارتند از معرفی اینترنت به‌عنوان یکی از اجزاء حیاتی رشد اقتصادی کشورها، محرک حرکت به‌سوی مدرن‌سازی اقتصاد و عاملی قدرتمند برای خلق شغل. نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد کشورها برای ساختن یک اکوسیستم قوی اقتصادی در زمینه تجارت الکترونیک باید تمرکزشان را بر چهار نقطه کلیدی بگذارند: ترویج تمرکز بر سرمایه انسانی، دسترسی آسان به سرمایه مالی، توسعه زیرساخت‌های لازم در زمینه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و ایجاد یک محیط کسب و کار جذاب.

واژگان کلیدی: تولید ناخالص داخلی، تجارت الکترونیک، فناوری اطلاعات و ارتباطات.

۱- مقدمه

تعاریف متعددی از تجارت الکترونیک بیان شده است. انجمن اقتصاد جهان، تجارت الکترونیک را جمع‌آوری و طبقه‌بندی اطلاعات، حفظ کردن روابط تجاری و اداره کردن مبادلات تجاری بوسیله ابزارهایی از شبکه‌های مخابراتی می‌داند (World Economic Forum, 2015). بنا به نظر وی و همکاران استفاده از اینترنت جهانی برای خرید و فروش کالاها و خدمات، شامل خدمات و حمایت پس از فروش، تجارت الکترونیک را شکل می‌دهد (Wei et al, 2014). هریس و همکاران، تجارت الکترونیک را اینگونه بیان می‌کنند: تحویلی از اطلاعات، محصولات، خدمات و پرداختی‌ها از طریق خطوط تلفن، شبکه‌های کامپیوتر یا هر ابزار دیگری (Harris et al, 2015). هوشو و همکاران پا را یک قدم فراتر گذاشته و تجارت الکترونیک را در واقع همان اینترنت دانسته‌اند و اینکه اینترنت مانند واسطه‌ای به منظور توانمندسازی مبادلات تجاری پیوسته می‌باشد (Ho Shu et al, 2007). لندن و همکاران در پژوهش خود اظهار داشتند: تجارت الکترونیک اکنون یک گزینه اختیاری نیست، بلکه نوعی اجبار است و شرکت‌هایی که از این فناوری استفاده نکنند، از نظر راهبردی آسیب‌پذیر می‌گردند (Loudon et al, 2015). با توجه به این موضوع و دانستن اینکه شرکت‌های کوچک و متوسط به‌عنوان بخش عمده اقتصادی هر کشور، نقش اساسی در بهبود شاخص‌های اقتصادی دارند؛ لوی و پاول بیان داشتند اتخاذ روشهای نوین فرآیند کسب و کار مانند تجارت الکترونیک، نقش مهمی در موفقیت اینگونه شرکت‌ها خواهد داشت (Levy and Powell, 2016). با وجود تمام مزایایی که برای تجارت الکترونیک می‌توان نام برد، بدون شک معایبی را نیز می‌شود ذکر نمود. کولمن در مقاله‌ای شش محدودیت در استفاده از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات را که در واقع زیربنای تجارت الکترونیک است نام می‌برد که عبارت‌اند از: عدم آشنایی و توانایی کافی برای استفاده از فناوری و همچنین عدم درک ارزش و مزایای اقتصادی آن، نبود بستر مناسب و لازم برای استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، هزینه‌بر بودن اجرای این فناوری و نبود فرهنگ و آموزش کافی (Kuhlman, 2003). عوامل بازدارنده بکارگیری فناوری اطلاعات طیف وسیعی از عوامل را شامل می‌شود که مهم‌ترین آنها عبارتند از: موانع اجتماعی، نابرابری‌های اقتصادی، موانع سیاسی و آموزشی، هزینه بالا، نیاز سخت‌افزاری به این فناوری و عدم دسترسی به اینترنت (Maru and Karin, 2013). عدم دسترسی الکترونیکی، به‌عنوان مانع عمده برای کاربرد موثر و کارایی فناوری اطلاعات و ارتباطات و ایجاد شبکه الکترونیکی در کشورهای در حال توسعه مطرح شده است (Maru and Karin, 2013). موانع کاربرد فناوری اطلاعات به‌ترتیب عبارتند از: عوامل آموزشی، عدم آشنایی با کامپیوتر، ضعف در زیرساخت‌ها، عوامل قانونی و مالی (Bheenic and Brizmohan, 2013). در پژوهشی فاکتورهایی از قبیل عوامل فنی، اقتصاد و مالی، عدم ثبات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی به‌عنوان موانع پذیرش فناوری اطلاعات مطرح شده است (Kelegai and Middleton, 2012). در مطالعه موردی بررسی شده توسط موریس، موانع کاربرد اینترنت در حال حاضر و آینده به‌ترتیب فقدان آموزش مناسب، بالا بودن هزینه برقراری ارتباط با اینترنت، هزینه کامپیوتر و عامل امنیت ذکر شده است (Morris, 2014). با این حال تجارت الکترونیک مزایای فراوانی دارد که عبارتند از: کاهش هزینه‌های توزیع و فروش، حذف واسطه‌ها، تماس خریدار و فروشنده به‌طور مستقیم و حذف برخی هزینه‌ها نظیر تلفن، نامه و ... سفارش از طریق اینترنت، مذاکره سازمان‌ها با خریداران و انتخاب اولویت‌های جستجو و خرید با فناوری وب (اعرابی و سرمد سعیدی، ۱۳۸۳). حال با توجه به روشن شدن اهمیت تجارت الکترونیک و درکی درست از مزایا و معایب آن، این مقاله بدنبال بررسی تاثیر تجارت الکترونیک بر کسب و کارها می‌باشد. همچنین در این مطالعه که تاثیر فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات بخصوص بر تولید ناخالص داخلی ۱۳ کشور بررسی می‌شود از گزارشات و آمارهای مؤسسه جهانی ام‌سی کاینسی^۲ و مطالعات دیگر استفاده شده است.

۲- تاثیر اینترنت بر زندگی امروز

² Mckinsey

در حال حاضر دو میلیون نفر از مردم به اینترنت متصل می‌شوند. در هر سال تقریباً ۸ هزار میلیارد دلار مبادله از طریق تجارت الکترونیک رخ می‌دهد. در برخی بازارهای توسعه‌یافته، تقریباً دو سوم کسب و کارها به نوعی از حضور وب استفاده می‌کنند و یک سوم از کسب و کارهای کوچک و متوسط بطور گسترده‌ای از تکنولوژی‌های وب استفاده می‌کنند. اینترنت راه زندگی کردن، کارکردن، اجتماعی شدن و برقراری روابط و توسعه کشورها را تغییر داده است. در دو دهه گذشته اینترنت، از شبکه‌ای برای پژوهش و صرفاً جهت استفاده حرفه‌ای‌ها، روز به روز به واقعیتی برای زندگی میلیاردها نفر از مردم تبدیل شده است. این پژوهش وجوه دیگری از این انقلاب را نمایان می‌سازد و به بیان ارتباط مستقیم بین اینترنت و حیات اقتصادی می‌پردازد. بسیاری آغاز اینترنت را به عنوان شروع به کار یکی دیگر از تغییردهندگان بازی ارتباطات تعبیر کرده‌اند. اما ممکن است مقایسه بین توسعه اینترنت و صنعت برق تعبیر مناسبتری باشد. نیروی برق چشم انداز شهرهای سراسر جهان را تغییر داده است. بدین صورت که به بالا برها اجازه داد تا بتوانند وسایل با وزن های زیاد را جابه‌جا کنند و باعث آغاز روند ایجاد آسمان خراش‌های بسیار بزرگ شوند. با نیروی برق، اینترنت چشم‌انداز جهانی را تغییر داد. پل اینترنت فاصله‌های زیاد را از بین می‌برد و با فراهم نمودن دسترسی فوری به اطلاعات، دنیای وسیع تری ایجاد میکند. در سایه اینترنت: بهره‌وری صنایع افزایش یافته، شغل‌های بیشتری ایجاد گشته، استانداردهای زندگی ارتقا پیدا کرده، و کمک‌هایی به رشد واقعی شده است. در این مطالعه این موضوع بیان گشته که اینترنت موجب بدست‌آمدن بیش از ۷۵ درصد ارزش افزوده در صنایع سنتی شده است. همچنین با نیروی برق، اینترنت توانست نه تنها کشورهای که عامل اصلی پیشرفت آنها و یا ابزاری برای رشدشان برق بود، بلکه سراسر جهان را تحت تاثیر قرار دهد. گسترش استفاده از اینترنت در دورافتاده‌ترین مناطق که با انرژی فسیلی و ماهواره به اینترنت متصل می‌شوند یکی از آثار مثبت قابل مشاهده رشد می‌باشد. ایالات متحده در لیست اهداف توسعه هزاره، شاخصی را به عنوان نفوذ اینترنت در نظر گرفته است که در جهت کاهش فقر و تشویق برای توسعه منطقی می‌باشد. با اینکه اینترنت در اکثر مناطق وجود دارد اما کمتر کسی از میزان تاثیر اینترنت بر اقتصاد کشورها اطلاع دارد. برای پرکردن این شکاف، پژوهش پیش رو در رابطه با تاثیر اینترنت بر تولید ناخالص داخلی و رشد اقتصادی G8 و پنج کشور کلیدی در سطوح مختلف توسعه (برزیل، چین، هند، کره جنوبی و سوئد) انجام شده است و به نوعی چگونگی قاب‌بندی شدن اکوسیستم اینترنت در گذشته و حال این کشورها را مطالعه می‌کند.

۲-۱- اینترنت موجب افزایش ثروت می‌گردد

اینترنت پذیرای همه ماست بدین معنی که کسب و کارها، افراد، دولت‌ها، و کارآفرینان همه و همه از آن استفاده می‌کنند. فناوری وب موج جدیدی از مدل‌های کسب و کار و کارآفرینی را راه انداخته است و این کار موجب شد تا دستیابی، مصرف، و تحویل کالاها و خدمات متحول گردند و این کار باعث تغییر شکل صنایع، و حتی دولت‌ها گشته است. اینترنت کمک شایانی به اقتصاد ۱۳ کشوری که در این پژوهش انتخاب شده‌اند و حدود ۷۰ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل می‌دهند، می‌نماید. اندازه‌گیری اثر اینترنت بر اقتصاد کشورها و فهمیدن اینکه چگونه در سراسر جهان، گسترده شده نیازمند این است که ساختار تحلیل را بر روی دو جزء اصلی قرارداد: مصرف و هزینه در یک سمت و عرضه در طرف دیگر.

۲-۲- مصرف و هزینه اینترنت و کمک‌های قابل توجه به اقتصاد

وقتی هزینه‌ها و مصرف مربوط به اینترنت مورد بررسی قرار می‌گیرند ابتدا باید به این موارد توجه داشت:

اینترنت در سطح گسترده و با سرعت بسیار بالایی در همه جا در حال توسعه می‌باشد. در حال حاضر اینترنت در تمامی کشورها، در تمامی حوزه‌ها و در برخی شرکت‌ها در حال استفاده است و از طرفی مورد استفاده بیش از ۲ میلیارد نفر انسان است ولی باز هم در حال رشد می‌باشد. هزینه و مصرف مرتبط با اینترنت در حال حاضر

بزرگتر از هزینه و مصرف کشاورزی و انرژی می‌باشد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بطور متوسط ۳ الی ۴ درصد از تولید ناخالص داخلی ۱۳ کشور، مربوط به اینترنت می‌باشد. اگر مصرف و هزینه اینترنت را با هم در یک طرف قرار دهیم، در تولید ناخالص داخلی بزرگتر از انرژی، کشاورزی و چندین صنعت مهم دیگر می‌شود. اینترنت هنوز در نخستین دوره رشد خود می‌باشد، و وزن اینترنت در تولید ناخالص داخلی کشورهای مختلف بسیار متفاوت است، حتی در میان کشورهایی که در سطح توسعه یکسانی قرار دارند. اینترنت یکی از اجزاء حیاتی رشد می‌باشد. دو رویکرد اقتصاد کلان و ریاضیات در کشورهای بالغی که بر روی آنها مطالعه انجام شده است، نشان می‌دهد که دلیل رشد ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی مربوط به ۱۵ سال گذشته، اینترنت بوده است. این اثر روز به روز در حال گسترش می‌باشد. در طول ۵ سال گذشته مشارکت اینترنت در رشد تولید ناخالص داخلی در این کشورها به ۲۱ درصد ارتقاء یافته است. اگر تمامی ۱۳ کشوری که پژوهش درباره آنها صورت پذیرفته بررسی شود، نتیجه این است که مشارکت اینترنت در تولید ناخالص داخلی طی ۱۵ سال گذشته به میزان ۷ درصد رشد یافته ولی در طول ۵ سال گذشته ۱۱ درصد رشد داشته است. با بررسی ۴۸۰۰ شرکت کوچک و متوسط در کشورهای مورد مطالعه دریافت می‌شود، شرکت‌هایی که با قدرت تمام به حضور در وب پرداخته‌اند بیش از دو برابر سریع تر از شرکت‌هایی که در وب حضور ندارند و یا بطور حداقلی در آن حضور دارند، رشد می‌کنند. همچنین شرکت‌های کوچک و متوسطی که در بالا گزارشی از آنها داده شد، سهم مجموع درآمدشان از بخش صادرات، بیش از دو برابر سریع تر از دیگر شرکت‌هاست و همچنین آنها دوبرابر بیش تر از دیگران شغل تولید می‌کنند. بلوغ اینترنت با افزایش استانداردهای زندگی ارتباط دارد. در این پژوهش ارتباط بین بلوغ اینترنت و رشد در هر سرانه تولید ناخالص داخلی نشان داده شده است. شبیه‌سازی صورت گرفته نشان می‌دهد که افزایش در بلوغ اینترنت کشورهای توسعه یافته در طول ۱۵ سال گذشته موجب افزایش متوسط ۵۰۰ دلاری در هر سرانه تولید ناخالص داخلی گشته است. این نتیجه زمانی دارای اهمیت می‌شود که بدانیم در جریان انقلاب صنعتی قرن ۱۹ برای رسیدن به این میزان، ۵۰ سال طول کشید. اینترنت عاملی قدرتمند برای خلق شغل می‌باشد. برخی مشاغل بعلاوه بوجود آمدن اینترنت از بین رفتند. اگرچه تحلیل اطلاعات اقتصاد فرانسه نشان می‌دهد که در ۱۵ سال گذشته اینترنت باعث از بین رفتن ۵۰۰۰۰۰ شغل گشته ولی از طرفی باعث بوجود آمدن ۱،۲ میلیون شغل جدید شده است. به این معنا که اینترنت ۷۰۰۰۰۰ شغل جدید ایجاد کرده است (یعنی ۲،۴ شغل در ازای هر شغلی که از بین برده است).

۲-۳- اینترنت محرک قدرتمند جهت مدرنسازی اقتصاد

اینترنت محرک اصلی مدرنسازی فعالیتهای سنتی می‌باشد. در واقع اینترنت موجب میزان قابل توجهی تغییر بین بخشها در اقتصاد جهانی است و همچنین نتایج مطالعه صورت پذیرفته نشان می‌دهد، تمامی صنایع از اینترنت سود می‌برند. تأثیر اینترنت فراتر از تأثیر صرف بر روی تولید ناخالص داخلی می‌باشد؛ تا حدی که موجب افزایش مازاد مصرف کننده می‌شود. اینترنت ارزش قابل توجهی برای مصرف‌کنندگان ایجاد می‌کند، اعم از ۱۳ یورو برای هر یک از مصرف‌کنندگان در آلمان تا ۲۰ یورو در انگلستان.

۲-۴- کشورهای مورد بررسی به سرعت در حال تغییر می‌باشند

نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد کشورهایی با اکوسیستم اینترنت قوی دارای سهم زیاد اینترنت در تولید ناخالص داخلی خود می‌باشند. اگرچه چشم‌انداز اینترنت جهان به سرعت در حال تغییر است با این حال منافع بشدت متغیری را آرایه می‌کند. آمریکا اکوسیستم اینترنت جهان را رهبری می‌کند. بیش از ۳۰ درصد درآمد اینترنت جهان و بیش از ۴۰ درصد درآمد خالص آن متعلق به آمریکا می‌باشد. انگلستان و سوئد بازی را تغییر دادند. این دو کشور نفوذ بسیاری در کاربرد اینترنت در تمامی طبقات دارند که این کار برای بدست آوردن جایگاه بهتری در اکوسیستم اینترنت جهانی است. این حرکت بوسیله ی عملکرد قوی و محکم اپراتورهای مخابراتی این دو

کشور پشتیبانی شده است. هند و چین به سرعت در حال تقویت جایگاه خود در اکوسیستم اینترنت جهانی می‌باشند. هر دو کشور نرخ رشد بیش از ۲۰ درصدی را نشان می‌دهند و این نشان دهنده سرعت رشد بالاتر این دو کشور نسبت به ۱۱ کشور دیگر می‌باشد. فرانسه، کانادا، آلمان دارای کاربرد اینترنت قوی هستند و بیشترین سرمایه گذاری را در بخش داخلی خود نموده‌اند. کره جنوبی به سرعت در حال شتابگیری می‌باشد. این کشور سریع‌تر از ژاپن در حال اثر گذاشتن بر اقتصاد اینترنت خود و جهان می‌باشد. برزیل، روسیه و ایتالیا در مراحل اولیه عرضه اینترنت می‌باشند. این سه کشور پتانسیل زیادی برای رشد دارند و هنوز در ابتدای توسعه در این زمینه می‌باشند. البته باید توجه داشت که این سه کشور در آغاز راه عرضه اینترنت بطور حرفه‌ای می‌باشند و بسیاری از کسب و کارهای الکترونیک در این کشورها از سال‌های قبل آغاز به فعالیت نموده‌اند. تنها سیستم‌های اقتصادی قوی هستند که می‌توانند به گرفتن حداکثر سهم خود از تجارت الکترونیک دست یابند و باید توجه داشت که برای ساخت یک اکوسیستم قوی باید تمرکزش را بر روی چهار نقطه کلیدی بگذارد:

۱. ترویج سرمایه انسانی. آمریکا بطور ویژه از استعدادهایش نسبت به بقیه کشورها استفاده می‌کند (در این قسمت بیشترین تمرکز روی تاکید بر اهمیت داشتن سرمایه انسانی می‌باشد).
۲. دسترسی آسان به سرمایه مالی. آمریکا، اسرائیل و کره جنوبی دارای تمامی تضمین‌های مناسب سرمایه اقتصادی موجود، و مکانیسمی جهت تشکیل سرمایه‌ای در جهت پرورش نوآوری، پشتیبانی و حل مشکلات مالی کارآفرینان هستند.
۳. توسعه زیرساخت. زیرساخت، ستون فقرات تمامی اکوسیستم اینترنت می‌باشد و به هیچ وجه قابل جابجایی با چیز دیگری نمی‌باشد.
۴. ایجاد یک محیط کسب و کار جذاب.

۳- بحث و نتیجه‌گیری

نتیجه حاصل از این مطالعه بیانگر این است که کشورها برای ساختن یک اکوسیستم قوی اقتصادی در زمینه تجارت الکترونیک باید تمرکزشان را بر چهار نقطه کلیدی بگذارند: ترویج تمرکز بر سرمایه انسانی، دسترسی آسان به سرمایه مالی، توسعه زیرساخت‌های لازم در زمینه فناوری‌های اطلاعات ارتباطات، و ایجاد یک محیط کسب و کار جذاب.

برای اینکه رشد اقتصادی از طریق اینترنت بطور کاربردی دریافت شود، پیشنهاد می‌شود که قدم‌های ذیل یکی پس از دیگری برداشته شود: تصمیم‌گیران عمومی باید برای فعال کردن رشد اینترنت بالقوه بعنوان عاملی تسهیل‌کننده عمل نمایند و در واقع دولت با اعمال نفوذ خود عاملی مهم جهت نوآوری می‌باشند. در واقع، کشورها با بالاترین میزان سرمایه گذاری در اینترنت، همان‌هایی هستند که بزرگترین اینترنت خصوصی در بحث مربوط به تولید ناخالص داخلی را دارا می‌باشند. دولت‌های مالک اینترنت، شهروندان خود را برای استفاده از اینترنت تشویق می‌کنند. دولت‌ها باید استفاده از اینترنت را بوسیله آموزش و مطلع کردن افراد از مزایای آن در کسب و کار تبلیغ نمایند نه اینکه خود اینترنت را بطور کامل در دست داشته باشند. تمامی مدیران و هیات مدیره کسب و کارها نه فقط مدیران عامل باید اینترنت را در راس دستور جلسه استراتژیک خود قرار دهند. مدیران و هیات مدیره کسب و کار، باید منافع حاصل از اینترنت را از طریق نوآوری و تغییر، بهینه‌سازی کنند. مدیران و هیات مدیره کسب و کارها باید اصلی‌ترین نقش را در گسترش اینترنت و بررسی سیستماتیک اینکه چگونه اینترنت موجب افزایش نوآوری شده است ایفا نمایند و حتی برای هماهنگی با اینترنت مدل‌های کسب و کارشان را برای بالا بردن عملکرد، رشد، و بهره‌وری دوباره طرح‌ریزی نمایند. تمامی سهامداران شرکت‌ها باید همکاری لازم را با دولت داشته باشند تا شرایط اطمینان بهینه برای توسعه اکوسیستم اینترنت درون هر کشور و همچنین بطور بین‌المللی رخ دهد. بحث‌های باز بین دولت و سهامداران و مدیران شرکت‌ها باید به سمت ایجاد یک محیط پرورشی برود که در آن منافع اینترنت بتواند شناسانده شود و اکوسیستم اینترنت بتواند بهتر رشد کند.

منابع

- اعرابی، سیدمحمد و سرمدسعیدی، سهیل. بررسی موانع محیطی و ارائه الگوی مناسب جهت استفاده از تجارت الکترونیک در ایران، مطالعات مدیریت صنعتی، ۱۳۸۳، ۶، ۶۵-۸۸.
- Bheenick, K. J., & Brizmohan, R. (2013). The scope of information technology application in agriculture extension in Maurities. Retrieved from http://www.uom.ac.mu/faculties/AIS/AMAS98/DOCS99/12/20Bheenick_S1p3.doc/
- Harris, I., Wang, Y., Wang, H. (2015). ICT in multimodal transport and technological trends: unleashing potential for the future. *Int. J. Prod. Econ.* 159, 88-103.
- Ho Shu-C., Robert J. Kauffman & Ting-Peng Liang. (2007). A growth theory perspective on B2C e-commerce growth in Europe: An exploratory study, *Electronic Commerce Research and Applications*, 237-259
- Kelegai, L., & Middleton, M. (2012). Information technology education in papua New Guinea: Cultural, economic and political influence. *Journal of InformationTechnology Education*, 1(1): 45-52.
- Kuhlman, F. (2003). It applications in agriculture: Some developments and perspectives. Institute of agricultural and food systems management. Justus- Liebig- university Giessen: Germany.
- Levy ,M., Powell ,Ph. (2016) Exploring SME Internet Adoption: Towards a Contingent Model, *Electronic Markets*, Vol. 13, No. 2, Pp. 173-181.
- Loudon, K. C., Loudon, J. P., Jack, K. (2015). *Management Information System*, New York: Prentice Hall.
- Maru, A., & Karin, E. (2013). Building a framework for ICT use inagricultural research and development: Is the north different from the south. Conference of the European Federation for Information Technology in Agriculture. Food and the Environment (EFITA). Debrecen, Hungary
- Morris, E. (2014). The uptake of information technology in Irish agriculture. ISITA conference, Portlaois: Irland. Retrieved from: <http://www.iol.ie/~harkin/2002paplizzy.htm/>
- Wei, Y.S., Samiee, S., Lee, R.P. (2014). The influence of organic organizational cultures, market responsiveness, and product strategy on firm performance in an emerging market. *J. Acad. Mark. Sci.* 42 (1), 49-70.
- World Economic Forum. (2015). *The Global Competitiveness Report 2015-2016*. (<http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/>) (accessed 05.04.16).