

UNIVERSITI MALAYSIA SABAH
LABUAN INTERNATIONAL CAMPUS

**“The Effects of E-Commerce Drivers on Export Market
Strategy: Fundamental Study on the Perception of Small and
Medium Enterprises (SME’s) in Labuan”**

SEED MONEY GRANT
2009

Project Leader

Caroline Rosie Jeffrey Nasah
School of International Business and Finance

Members

Magdalene Ang Chooi Hwa
Minah Japang
School of International Business and Finance
Goh Say Leng
School of Informatics Science



SINOPSIS

Peningkatan di dalam teknologi e-dagang dan perkembangan global yang pesat di antara firma-firma telah menjadi trend yang utama bagi lanskap perniagaan moden pada masa sekarang. Teknologi e-dagang juga telah membawa peluang-peluang baru kepada para pengeksport dalam menembusi pasaran baru dan memperbaiki keberkesanan mereka dalam menerima pesanan pelanggan dan menangani pertanyaan (Bennett 1997; Hamill 1997; Prasad, Ramamurthy, and Naidu 2001; Samiee 1998). Globalisasi dalam pasaran dunia juga telah membawa kepada perkembangan pesat dalam perniagaan global dan firma-firma yang menjalankan aktiviti eksport di seluruh dunia.

Walau bagaimapun, tidak banyak yang telah dilakukan bagi mengintegrasikan kedua-dua aliran kajian tersebut. Disebabkan kekurangan dari segi integrasi kajian antara e-dagang dan strategi eksport pemasaran, sedikit yang diketahui mengenai bagaimana e-dagang boleh mempengaruhi prestasi eksport sesuatu firma, bagaimana hendak menerapkan e-dagang ke dalam eksport pemasaran dan apa teori rangka kerja yang sesuai bagi mengintegrasikan e-dagang ke dalam eksport pemasaran (Karavdic and Gregory 2005). Ini sesungguhnya telah dikenalpasti sebagai jurang yang agak luas di dalam literasi eksport pemasaran kerana sekiranya e-dagang tidak diintegrasikan ke dalam strategi eksport pemasaran firma, teori eskport pemasaran yang sedia ada akan menjadi kurang lengkap dan pengetahuan terhadap teori eksport pemasaran yang sedia ada akan menjadi berat sebelah.



Berdasarkan sebab di atas, sebagai langkah pertama, kajian ini telah dijalankan bagi mengetahui anggapan industri kecil dan sederhana (SMEs) di Labuan terhadap kesan pemacu-pemacu e-dagang ke atas strategi eksport pemasaran. Kajian ini dimulakan dengan Bab 1 iaitu Pengenalan di mana bahagian ini memberi sedikit pengetahuan terhadap latarbelakang kajian diikuti dengan soalan dan objektif-objektif kajian. Bab tersebut kemudiannya diakhiri dengan kepentingan terhadap kajian yang dijalankan dan pemberitahuan mengenai penyusunan bab-bab yang seterusnya.

Bab 2 akan menyentuh berkaitan dengan Literature Review di mana kajian-kajian lepas berkaitan dengan prestasi eksport pemasaran, strategi eksport pemasaran, ciri-ciri firma, ciri-ciri produk, ciri-ciri industri, ciri-ciri pasaran eksport, komitmen pihak pengurusan dan perdagangan elektronik akan dibincangkan dan dikaitkan dengan kajian.

Di dalam Bab 3 pula, pengenalan ringkas akan memulakan bahagian ini yang akan menyentuh berkenaan Methodologi Kajian. Selepas pengenalan ringkas, bahagian tersebut diteruskan dengan rekabentuk kajian diikuti dengan sumber dan pengumpulan data. Seterusnya rekabentuk borang kaji-selidik dan instrumen kajian akan dibincangkan dan diakhiri dengan pilot study.

Bab 4 adalah berkenaan Analisis dan Penemuan di mana 12 hasil kajian akan dibincangkan selepas pengenalan. Kebanyakan hasil kajian diletakkan dalam bentuk carta pai dan graf.



Akhir sekali, bab 5 iaitu Kesimpulan dan Cadangan dimulakan dengan pengenalan ringkas diikuti dengan kengkangan kajian dan cadangan kajian di masa hadapan. Bahagian tersebut kemudiannya diakhiri dengan kesimpulan menyeluruh terhadap kajian yang dijalankan.



SYNOPSIS

The advancement of e-commerce technologies and the rapid global expansion of firms have been the major trends in today's modern business landscape. The e-commerce technologies have led to entirely new possibilities for exporters to access new markets and improve their efficiency in terms of receiving customer orders and handling inquiries (Bennett 1997; Hamill 1997; Prasad, Ramamurthy, and Naidu 2001; Samiee 1998). The globalization of the world markets therefore has led to explosive growth of global trade and exporting firms around the world.

However, little progress has been made to integrate the two streams of research. Because of the lack of integration of e-commerce with export marketing strategy studies, little is known about how e-commerce influences a firm's export performance, how to incorporate e-commerce into export marketing, and what theoretical framework is appropriate to integrate e-commerce drivers into export marketing (Karavdic and Gregory 2005). This has been identified as a major gap in the export marketing literature because without incorporating e-commerce into a firm's export marketing strategy, the current export marketing theories would be incomplete, and current knowledge of the determinants of export performance would be biased.

Due to the reason mentioned above, as an initial approach, this research study was conducted to grasp the perception of Small and Medium Enterprises (SME's) in Labuan towards the effects of e-commerce drivers on export market strategy. The study begins with Chapter 1 on Introduction by giving some insight on the background of the research



followed by research question and objectives. The chapter then closes with the significance of the study and organization of the remaining chapters.

Chapter 2 will touch on the Literature Review where the literature on export marketing performance, export marketing strategy, firm's characteristics, product's characteristics, industry's characteristics, export market characteristics, management commitment and electronic commerce will be discussed and relate to the study.

In Chapter 3, a brief introduction starts the chapter on the Research Methodology. After that the chapter continues with the research design followed by data sources and collection method. The chapter then elaborates further on the questionnaires design and research instruments and closes with the pilot study.

The Analysis and Findings will be in Chapter 4 where 12 results and findings were discussed thoroughly with a brief introduction given at the beginning of the chapter. Most of the results were presented in pie charts and graphs.

Lastly, Chapter 5 on the Conclusion and Recommendation starts with a brief introduction on the chapter, followed by the limitations of the study and recommendations for future research. The chapter then closes with conclusion on the study.

