

عنوان مقاله:

تجارت الکترونیک و توسعه کسب و کار؛ پیش نیازها، موانع و راهکارهای بکارگیری آن در ایران

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

سید علی نبوی چاشمی - استادیار و عضو هیات علمی گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل

سیده مرضیه سجادی امیری - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-گرایش مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد باب

سید علی سجادی امیری - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-گرایش مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد باب

حمیده مقدری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-گرایش بازاریابی دانشگاه آزاد اس

خلاصه مقاله:

کشورهای در حال توسعه دارای پتانسیل عظیمی برای ایجاد و توسعه فناوری تجارت الکترونیک در بسترهای اقتصادی خود می باشند. بنابراین بحث تجارت الکترونیکی اکنون در صدر اولویت های سازمانهای مختلف قرار گرفته است. ادعاهای نظری زیادی وجود دارد که همه آنها بیان می نمایند که تجارت الکترونیکی می تواند سود چشمگیری را برای موسسات تجاری در کشورهای در حال توسعه به ارمغان آورد. ولی ما عملاً تا اندازه کمی در مورد درآمدهای واقعی اجرا و بکارگیری این نوع از تجارت آگاهی داریم، به همین دلیل برنامه ریزی در راستای بکارگیری تجارت الکترونیک، یکی از اقدامات استراتژیک سازمان ها می باشد که از مهمترین مراحل در برنامه ریزی، شناسایی موانع بکارگیری در سازمان و ارایه راهکارهای اجرایی برای رفع آنها می باشد. در همین راستا، در این مقاله سعی شده است ضمن شناسایی تجارت الکترونیک و تفاوت آن با کسب و کار الکترونیک و پیش نیازهای لازم برای اجرای تجارت الکترونیک، موانع بکارگیری آن در سازمانها شناسایی شده و سپس راهکارهای اجرایی برای رفع آنها معرفی شوند.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، توسعه، پیش نیازها، موانع بکارگیری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/108126>

