

## عنوان مقاله:

بررسی چالش های فرهنگی بومی سازی تجارت الکترونیک در ایران

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت و کارآفرینی، دوره 5، شماره 1 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسنده:

محسن غفاری - کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات- تجارت الکترونیک، دانشگاه نور طویی

## خلاصه مقاله:

استقرار و توسعه تجارت الکترونیکی باعث پیشرفت اقتصاد کشورها و رونق کسب و کارها گردیده است. این امر باعث تغییر در الگوی رقابت، تغییر در نیازهای بازار، تغییر در سهم بازار کسب و کارها، تغییر در بازار هدف و دامنه آن، تغییر در موجودیت سازمان ها، تغییر در قوانین و مقررات و تغییر در شیوه برنامه ریزی کاری و ... شده است. ولی استقرار و توسعه تجارت الکترونیکی با موانعی روبه‌روست که یکی از مهمترین موانع آن وجود مشکلات فرهنگی، فنی و زیرساختارهاست. از این رو یکی از مهمترین مسائلی که در صنایع و تکنولوژی های وارداتی مطرح می شود، بررسی لزوم بومی سازی در آن صنعت می باشد. در این میان تجارت الکترونیک نیز مستثنی نبوده و با توجه به جهانی شدن استفاده از تجارت الکترونیک، وارداتی بودن این تکنولوژی و تفاوت ساختاری بسیار مابین کشور مهد تکنولوژی و سایر کشورهای استفاده کننده، کپی مو به مو کلیه دستورالعمل ها نمی تواند نتایج مطلوبی در پی داشته باشد. با الگوبرداری از کشورهای موفق در توسعه تجارت الکترونیک در می یابیم که تطابق روش ها و بومی سازی آن ها جهت گسترش و موفقیت تجارت الکترونیک امری اجتناب ناپذیر است؛ اما بومی سازی تجارت الکترونیک به چه معناست و چه محدوده و وسعتی را شامل می شود؟ در این مقاله ابتدا موانع و مشکلات توسعه تجارت الکترونیک و کاربردهای مختلف این تکنولوژی بررسی و تحلیل می شود. سپس با مطالعه و الگوبرداری از کشورهای پیشرو، اقدامات انجام شده در این کشورها جهت غلبه بر مشکلات توسعه تجارت الکترونیک مطالعه خواهد شد و در نتیجه قبل از تدوین استراتژی تجارت الکترونیک، مطالعه ای دقیق و عمیق تر راجع به بومی سازی آن طبق عادات، فرهنگ، قوانین، اعتقادات، نیازها و امکانات موجود در کشور انجام می دهیم. در این مقاله مطالعه ای جامع در این زمینه صورت گرفته و راه های پیموده شده توسط کشورهای موفق مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت و همچنین گام های پیموده شده در کشور در این راستا بیان می گردد. سپس به نتایج حاصل از مطالعه میدانی از طریق تکمیل پرسشنامه ی تهیه شده که توسط بیش از یکصد نفر از کاربران اینترنت که دارای تجربه تجارت الکترونیک می باشند، تکمیل گردیده و نظریات و تجربیات ایشان جمع بندی گردیده است، اشاره می شود و نتایج مربوطه توسط نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل شده و با توجه به مطالب مطالعه شده، و نهایتاً اولویت های بومی سازی تجارت الکترونیک در ایران ارائه می گردد.

## کلمات کلیدی:

بومی سازی، توسعه، تجارت الکترونیک، جهانی سازی، موانع، دولت الکترونیک

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1243023>

