

عنوان مقاله:

بررسی منافع حاصل از اقتصاد دیجیتال در مدیریت شهری

محل انتشار:

اولین کنگره و نمایشگاه بین المللی صنعت و بازار سازهای نوین (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسنده:

محسن کلکتی - پژوهشگر و نویسنده شهرداری تهران - کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری گرایش آمایش شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات - ایران

خلاصه مقاله:

بازار دیجیتال اساس تجارت الکترونیک است. امروزه سیستم های اطلاعاتی وجود دارند که شرکتها را به هم پیوند می دهند و این شرکتها با مشتریان و تامین کنندگان همانند یک مجموعه واحد تلقی می شوند. بازار دیجیتال یک سیستم اطلاعاتی میان سازمانی است که به خریداران و فروشندگان این امکان را می دهد که در مورد قیمتها و محصولات ارائه شده به تبادل اطلاعات بپردازند. این بازار به عنوان واسطه عمل می کند و شرکت کنندگان در این بازار می توانند خریداران، فروشندگان و یا طرفهای سوم مستقل و یا کنسرسیوم های میان چند شرکت باشند. بازارهای دیجیتال، کانونها و محلهای تجاری تعاملی است که در آن شرکتها برای انجام فعالیتهای تجارت به تجارت در تجارت الکترونیک و دیگر فعالیتهای مربوط به تجارت الکترونیک گرد هم می آیند. موقعیت، زمان بندی، و مدل های درآمد کسب و کار مبتنی بر هزینه و توزیع اطلاعات هستند. اینترنت یک بازار دیجیتال ایجاد کرده است که در آن میلیون ها نفر در سراسر جهان قادر به مبادله مقادیر عظیمی از اطلاعات به طور مستقیم، فوری و برای آزادی هستند. در نتیجه اینترنت نحوه رفتار شرکت ها را تغییر داده و دسترسی جهانی آن ها را افزایش داده است.

کلمات کلیدی:

کلمات کلیدی: مدیریت شهری، بازار دیجیتال، اقتصاد دیجیتال.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1572086>

