

عنوان مقاله:

نقش اخلاق کسب و کار در تعیین استراتژی و خط و مشی تجارت الکترونیک

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی عمران، معماری و مدیریت شهری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

امین رستم زاده - عضو گروه مدیریت و حقوق دانشگاه آفاق ارومیه عضو گروه پژوهشی مدیریت کسب و کار جهاد دانشگاهی آذربایجان غربی

توحید ستارپور - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک دانشگاه آفاق ارومیه

علی زمان زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک دانشگاه آفاق ارومیه

خلاصه مقاله:

جهان کنونی وارد عصر جدیدی از تاریخ خود شده است که از مشخصه های بارز آن ایجاد و رشد کسب و کارهای مبتنی بر تکنولوژی در پشتیبانی و حمایت از توسعه اقتصادی کشورها میباشد رفتارهای اخلاقی یکی از عواملی تاثیرگذار در گسترش تجارت الکترونیک در سازمانها میباشد اخلاق علاوه بر اینکه در پیشرفت زندگی انسان تاثیر دارد باعث پیشرفت و گسترش تجارت الکترونیک در سازمانها نیز میشود اگر توجه به رفتارهای اخلاقی نشود سازمان در زمینه تجارت بخصوص تجارت الکترونیک موفق نمیشود. به علاوه اهمیت نقش اخلاق در جهان امروز بیش از پیش نمایان شده است زیرا که شکل امروزی داد و ستدها نشان از وجود نوعی ارتباطات غیر حضوری در میان فعالان حوزه کسب و کار و این شکل حساسیت توجه به اخلاقیات را فراهم کرده است و عدم توجه به آن موجب ایجاد موج عظیمی از بی اعتمادی در فضای کسب و کار میشود که خود مانعی برای انجام فعالیتهای آنهاست. در یک بیان ساده و صریح میتوان اذعان داشت که بخش قابل توجهی از مقتضیات رشد اقتصادی هر کشور در گرو فضای کسب و کار مناسب در آن کشور است. در تحقیق توصیفی ارائه شده چهار تحلیل کلیدی در یافتن بهینه استراتژی و خط و مشی تجارت الکترونیک در بازارهای جهانی ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

اخلاق کسب و کار - استراتژی خط و مشی - تجارت الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1594637>

