

عنوان مقاله:

ارائه یک نوع شناسی از تجارت الکترونیک و راهکارهای گسترش آن در ایران

محل انتشار:

اولین همایش ملی حسابداری و مدیریت (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسنده:

احسان کثیری - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی- مدرس دانشگاه های آزاد و پیام نور

خلاصه مقاله:

با عنایت به رقابت شدید جهانی، سازمانهای قادر به حفظ رقابت در عرصه خواهند بود که از روشهای نوین و کارآفرین برای ارتقای بهره وری و کیفیت تولیدات استفاده کنند تا بتوانند به مزیت رقابتی دست یابند. که در این مسیر تجارت الکترونیکی از عوامل مؤکد محسوب می شود. مدیرانی در این رقابت پیروز خواهند شد که این مهارت را یاد گرفته و آن را گسترش دهند. تجارت الکترونیکی باید بتواند سرمایه های دانشی را شناسایی و جمع آوری کرده و از آن برای بکارگیری فرآیند کاردانشی در جهت بهبود عملکرد و رشد سازمان با توجه به تحولات علمی در جامعه جهانی مهیا کند. مزیت های شرکتهای رقابتی نه فقط داشتن تجارت الکترونیکی است، بلکه اهمیت بیشتر روی نفوذ و بکارگیری آن است تا بتوان با استفاده از آن به ارتقای عملکرد در سازمانها دست یافت. در مقاله حاضر با هدف تشریح و تبیین تجارت الکترونیک در ایران و راهکارهای گسترش آن، ضمن مرور مستند ادبیات موضوعی و ابعاد مورد تحلیل، در پایان مقاله موارد مذکور جمع بندی شده و در قالب بحث و نتیجه گیری، پیشنهادات مرتبط با آن جهت پیگیری تحقیقات مشابه در آینده ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، فناوری اطلاعات، ارتباطات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/191725>

