

عنوان مقاله:

بررسی موانع بکارگیری و گسترش تجارت الکترونیکی

محل انتشار:

هفتمین همایش ملی و اولین همایش بین المللی تجارت و اقتصاد الکترونیکی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

ساره احمدخان بیگی - دانشجوی کارشناسی ارشد صنایع (مدیریت سیستم و بهره وری) دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

فرشید عبدی - دکترای مدیریت عملیات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

خلاصه مقاله:

با ظهور اینترنت و پیشرفت های فراوان در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات جهان با تغییرات بنیادی روبرو شده است. یکی از این تغییرات پیدایش شیوه نوینی از تجارت با عنوان تجارت الکترونیکی بوده است. این تکنولوژی نوظهور پتانسیل های فراوانی دارد. سازمان ها می توانند با بهره گیری از چنین تکنولوژی به مزایای اقتصادی فراوانی از جمله بازارهای جدید، تبلیغات آسان تر و وسیع تر، کاهش هزینه ها و به طور خلاصه افزایش بهره وری دست یابند. با این تکنولوژی حتی سازمان ها و شرکت های کوچک نیز می توانند از روند جهانی شدن بهره مند گردند. اما موانعی بر سر راه بکارگیری و گسترش آن وجود دارد. ما در این تحقیق سعی در بررسی موانع بکارگیری و گسترش EC در شرکت های توزیع کننده مواد غذایی داریم. در این پژوهش ابتدا به تعاریف EC، مدل ها و مزایای آن پرداخته و سپس موانع بکارگیری و گسترش EC را بیان می کنیم. موانعی که در این پژوهش بررسی می گردد عبارتند از: 1- موانع مالی 2- موانع فنی 3- موانع فرهنگی 4- عدم تمایل مشتریان 5- عدم آمادگی و تمایل رقبا. پس از جمع آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه و تحلیل این داده ها به ارائه راهکارهایی جهت رفع یا حداقل مقذور کاهش موانع می پردازیم.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیکی (EC)، کسب و کار الکترونیکی، موانع، راهکارها

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/289230>

