

عنوان مقاله:

زیر ساختهای لازم برای استقرار و توسعه تجارت الکترونیکی در ایران با تکیه بر فرهنگ

محل انتشار:

چهارمین همایش ملی تجارت الکترونیک (سال: 1386)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

سیدحسین پاریاب - دانشجوی کارشناسی ارشد IT، گرایش تجارت الکترونیکی دانشگاه شیراز و مدیر

جلال حاجی علی اکبری - دانشجوی کارشناسی ارشد IT، گرایش تجارت الکترونیکی دانشگاه شیراز و رئیس اد

خلاصه مقاله:

به دنبال بروز پدیده انقلاب اطلاعاتی و توسعه تکنولوژی اطلاعات، شیوه انجام امور دچار تغییرات قابل توجهی شده و "تجارت الکترونیکی" که سرآمد و زاینده همین فناوریهای نوین میباشد تحول چشمگیری را در مبادله اطلاعات بازرگانی، محصولات و خدمات موجب شده است. استقرار و توسعه تجارت الکترونیکی باعث تغییر در الگوی رقابت، تغییر در شیوه برنامه ریزی کاری، تغییر در نیازهای بازار، تغییر در موجودیت سازمانها، تغییر در قوانین و مقررات و... شده است. ولی استقرار و توسعه تجارت الکترونیکی با موانعی روبروست و یکی از موانع مهم این توسعه، وجود مشکلات فرهنگی است که اگر چه در همه کشورها این عامل اساسی موضوعیت دارد، ولی در کشورهایی چون کشور ما این موضوع اهمیت بیشتری می یابد. تحقیق حاضر می کوشد گزارشی از ابعاد گوناگون این مشکل را به شیوه ای توصیفی ارائه نماید. از اینرو فرهنگ از دو بعد م میتواند مورد توجه قرار گیرد. یکی فرهنگ قومی و حاکم بر جوامع و دیگری فرهنگ سازی و آگاه سازی در راستای توسعه بکارگیری فناوریهای نوین بویژه تجارت الکترونیکی. به عبارت دیگر، فرهنگهای متنوع در یک جامعه م میتواند عوامل بازدارنده و فرهنگ سازی بعنوان عوامل پیشبرنده (عوامل توانمند ساز) عمل نمایند.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیکی، فرهنگ، آموزش، توسعه، زیرساخت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/29373>

