

عنوان مقاله:

ماندگاری در بازارهای الکترونیکی؛ چالش امروز تجارت الکترونیک

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات (سال: 1386)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

محمود البرزی - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، متخصص شبکه های

اصغر صرافی زاده - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، متخصص سیستم های اطلاع

امیر مختاری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، گرایش سیستم های اطلاعات

خلاصه مقاله:

یکی از مهمترین پیامدهای جهانی شدن، افزایش رقابت در اقتصاد بین الملل است. زیرا در این شرایط، همواره با کاهش هزینه های حمل و نقل، رشد حیرت انگیز فناوری اطلاعات و گسترش روز افزون تجارت الکترونیک، به حداقل رسیدن محدودیتهای جغرافیایی و رشد رقابت مواجه خواهیم بود. که در نتیجه ان، کارایی اقتصاد بین المللی افزایش خواهد یافت. می توان گفت در این میان، مهمترین پیامد جهانی شدن بر اقتصاد کشور ها، رشد تجارت الکترونیک است که عناصر ان بازار الکترونیک، تبادل الکترونیک داده و تجارت اینترنتی بوده و مبین ارتباط تنگاتنگ بین فناوری اطلاعات و ارتباطات با فرایندهای بازار و مدیریت است. حال سوالی که در اینجا مطرح می شود این است: آیا هر کسب و کاری که پا به عرصه تجارت الکترونیک می گذارد، موفق می شود؟ یا اینکه آیا تضمینی برای کسب و کارهای وارد شده به عرصه تجارت الکترونیک وجود دارد؟ آمارهای بدست آمده، قضاوت در این زمینه را ساده تر می نماید. به طور مثال در ایتالیا در سال 2000 بیش از 120 بازار الکترونیکی فعال بودند در حالیکه 3 سال بعد این رقم به 40 رسید و تنها نیمی از آنها به نقطه سر به سر رسیدند این روند در دیگر کشورهای اروپایی و آمریکا نیز وجود داشته است (Ordanini et al, 2004).

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، بازار الکترونیکی، موفقیت در تجارت الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/36936>

