

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر پیاده سازی تجارت الکترونیک در بازارهای صنعتی

محل انتشار:

دومین کنفرانس اقتصاد و مدیریت کاربردی با رویکرد ملی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

مجید اسماعیل پور - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر

آدرنوش جاویدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر

خلاصه مقاله:

پیشرفت فناوری ارتباطات و اطلاعات در سایه تحول علم کامپیوتر سبب تغییرات شگرفی در دنیای کسب و کار گردیده است. تجارت الکترونیک شامل خرید فروش، بازاریابی و خدمت رسانی برای محصولات، خدمات و اطلاعات از طریق اینترنت و سایر شبکه هاست. هدف این مقاله، استخراج عوامل اثر گذار بر به کارگیری موفق تجارت الکترونیک بر اساس پیشینه موضوع است. در این مقاله سعی شده است با بررسی متون و مخصوصاً مقالات مرتبط با تجارت الکترونیک، شاخص های مورد نیاز پیاده سازی تجارت الکترونیک در بازارهای صنعتی / سازمانی شناسایی شده و میزان توجه مقالات به هر یک از این شاخص ها به صورت یک مطالعه کتابخانه ای و به شکلی مستدل و منظم مشخص گردد. در این راستا مدل مفهومی و مفروض از عوامل موثر بر تجارت الکترونیک بر اساس پیشینه های موضوع شناسایی شد، که در یک مدل شش بعدی ارایه گردیده است. در این بررسی معلوم شد ضمن اینکه باید به تمامی زمینه های مرتبط با پیاده سازی تجارت الکترونیک توجه شود، عامل های؛ زیر ساخت فناوری، زیر ساخت سازمانی، زیر ساخت اطلاعاتی، زیر ساخت قانونی، سیاستها، استراتژی ها و فشارهای نهادی، عواملی هستند که بیشترین تاثیر را بر موفقیت پیاده سازی تجارت الکترونیک در بازارهای صنعتی/ سازمانی داشته و توجه محققان را بیشتر به خود معطوف داشته است.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، کسب و کارهای صنعتی/ سازمانی، زیر ساخت فناوری ارتباطات و اطلاعات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/379178>

