

عنوان مقاله:

نقش تجارت الکترونیک در جهانی شدن سازمان ها

محل انتشار:

دومین همایش ملی پژوهش های کاربردی در علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

حسین عظیمی - استادیار گروه مدیریت دانشگاه زنجان

سیدمحمدجواد خلیلی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه زنجان

خلاصه مقاله:

یکی از مهمترین پیامد های جهانی شدن افزایش رقابت در سطح بین المللی است، زیرا در این شرایط همواره با کاهش هزینه های حمل و نقل رشد حیرت انگیز فناوری اطلاعات و گسترش روز افزون تجارت الکترونیک و به حداقل رسیدن محدودیت های جغرافیایی و رشد رقابت مواجه خواهیم بود. در این میان می توان گفت که مهمترین پیامد جهانی شدن بر اقتصاد کشورها انقلابی به نام تجارت الکترونیک است. تجارت الکترونیک دیگر یک گزینه نیست بلکه یک ضرورت برای موفقیت تجاری در هر زمینه ای در آینده است. در این مقاله ابتدا به تعریفی راجع به جهانی شدن و انواع مدل های آن و در مراحل بعدی به تعریف تجارت الکترونیک و انواع مدل های مرتبط و مسایل دیگری مرتبط با این موضوع پرداخته شده است. نتایج این مقاله می تواند به مدیران سازمان ها، دولت ها و افراد در راستای آگاهی و شناخت کاملتر نسبت به گسترش سریع تجارت الکترونیک و کاربردی نمودن اصولی آن به همراه زیر ساخت های مناسب کمک نماید.

کلمات کلیدی:

جهانی شدن، تجارت الکترونیک، مدل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/382174>

