

## عنوان مقاله:

نقش کسب و کار الکترونیک در رشد تجاری

## محل انتشار:

دومین همایش ملی پژوهش های نوین در حوزه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسنده:

محمدعلی مقصودپور - عضو هیات علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان، دانشکده مدیریت و اقتصاد بافت، گروه اقتصاد

## خلاصه مقاله:

با ورود اینترنت به حوزه کسب و کار الکترونیک و تجارت، رقابت جهانی به معنی واقعی در دنیا شکل گرفته است. بنگاه های کوچک و بزرگ اقتصادی به تغییر فرایندهای مدیریتی و تولیدی خود پرداخته اند تا با بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات بتوانند ضمن کاهش هزینه های تولیدی، مبادلاتی و بازاریابی، فرایندهای مدیریتی را متحول سازند و دسترسی بیشتر، آسانتر و ارزانتری را برای گستره وسیعتری از مشتریان ایجاد نمایند و بدین ترتیب قدرت رقابت خود را در بازار افزایش دهند. هدف این مقاله این است که نشان دهد مدیریت حرفه ای باید با درک و شناخت از فضای ارتباطات بین المللی شیوههای کسب و کار الکترونیک را متناسب با ملاحظات بین المللی تطبیق دهد. نتایج تحقیق نشان می دهد که استفاده از کسبو کار الکترونیک باعث افزایش جذب مشتریان و سرعت عمل بیشتر در بازارهای چند منظوره می شود و با سازماندهی زیرساخت مشاغل موجود، راه را برای معاملات تجاری باز می کند.

## کلمات کلیدی:

کسب و کار الکترونیک، اینترنت، بنگاه های تجاری، مبادلات تجاری، رشد تجاری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/534935>

