

عنوان مقاله:

انواع مدل کسب و کار الکترونیکی در ایران بانگرس ویژه ای بر عوامل موثر آنها

محل انتشار:

دومین کنگره بین المللی علوم انسانی، مطالعات فرهنگی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

گوهر ذوالفقاریان

الهام وصلی

خلاصه مقاله:

کسب و کار الکترونیکی به عنوان یکی از زیرمجموعه های فن آوری اطلاعات و ارتباطات در دهه گذشته رشد بالایی را تجربه کرده است. به طور کلی رویکرد سیاست اکثر موسسات تجاری در پذیرش و به کارگیری کسب و کار الکترونیک در جهت ورود به بازارهای جهانی و جذب مشتریان جدید و موثر و کارا در این راستا می باشد. در یک نگاه کلی می توان گفت کسب و کار الکترونیک به دنبال کاربردی کردن کلیه سیستمهای اطلاعاتی برای تقویت و کنترل فرآیندهای کسب و کار می باشد یکی از موضوعاتی که در کسب و کار الکترونیک اهمیت پیدا می کند تبیین مدل مناسب برای سازمان می باشد در واقع مدل کسب و کار یک متد انجام کسب و کار است به نحوی که توسط آن شرکت بتواند خود را حفظ نموده و بقای خود را تضمین نماید، به عبارت دیگر تولید درآمد کند. بنابراین آنچه مسلم است این است که انتخاب مدل کسب و کار خاصی به تنهایی موجب موفقیت سازمان نخواهد شد و نکته مهم متناسب بودن مدل انتخاب شده با بستر و محیط کسب و کار، تواناییهای شرکت نیاز خاص مشتری میباشد.

کلمات کلیدی:

مدل، کسب و کار الکترونیکی، عوامل موثر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/632535>

