

## عنوان مقاله:

نقش تجارت الکترونیکی در توسعه کسب و کار

## محل انتشار:

کنفرانس ملی اندیشه های نوین و خلاق در مدیریت، حسابداری مطالعات حقوقی و اجتماعی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

محسن حجازی - دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه تهران، ایران

هادی واحدی - دانشجوی مدیریت کسب و کار، دانشگاه پیام نور مهریز، ایران

## خلاصه مقاله:

تجارت الکترونیکی طی سالیان اخیر با استقبال گسترده جوامع بشری روبرو شده است و فرصت های بی مانندی برای همه ی کشورها اعم از درحال توسعه و یا توسعه یافته ارائه می دهد. از طرفی سازمان ها نیازمند واکنش سریع و مداوم در مقابل مشکلات و همچنین بهره جستن از فرصت های حاصل از محیط کسب و کار جدیدی می باشند و چنانچه سازمان و یا حتی کشوری به هر علت نتواند به این موج شتابان و فراگیر بپیوندد، در آیندهای نه چندان دور، در صحنه رقابت بین المللی به حاشیه رانده خواهد شد و بسیاری از فرصت های کسب و کار را به سود دیگران از دست خواهد داد. یکی از مهم ترین فرصت های حاضر، گسترش فن آوری اطلاعات در زمینه های کسب و کار و همچنین تجارت الکترونیکی می باشد. هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر تجارت الکترونیکی در توسعه کسب و کار با استفاده از مروری بر ادبیات پژوهش مرتبط می باشد. نتایج حاکی از تاثیر مثبت تجارت الکترونیک بر توسعه کسب و کار است.

## کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، توسعه، کسب و کار

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/825003>

