

عنوان مقاله:

تبیین نقش مدیریت دانش بر اجرای موفق تجارت الکترونیک

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و حسابرسی پویا (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

علیرضا عسگری نایینی - گروه فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

سیدذبیح اله هاشمی - استاد گروه مدیریت، دانشگاه تهران مرکزی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

نظر به اینکه دانش منبعی مهم در سازمان های دانش محور می باشد، سازمانی که بتواند با استفاده از مدیریت دانش، آن را تبدیل به شایستگی های محوری نموده و در برنامه ریزی راهبردی خود لحاظ کند، در عصر دانشی پیشرو خواهد بود. هدف این مقاله تبیین نقش مدیریت دانش بر اجرای موفق تجارت الکترونیک میباشد. یکی از چالش های مهم شرکتها و پایگاه های تجارت الکترونیک در دنیای امروز رقابت بر سر پیش بینی نیاز مشتریان است. اهمیت نقش مدیریت دانش را در نزدیک کردن کالا یا خدمت ارائه شده به نیاز کاربران نشان دهد. تجارت الکترونیکی را میتوان انجام هرگونه امور تجاری به صورت آنلاین و از طریق اینترنت بیان کرد. این تکنیک در سالهای اخیر رشد بسیاری داشته است و پیش بینی میشود بیش از این نیز رشد کند. تجارت الکترونیکی به هرگونه معامله ای گفته میشود که در آن خرید و فروش کالا و یا خدمات از طریق اینترنت صورت پذیرد و به واردات و یا صادرات کالا و یا خدمات منتهی میشود. تجارت الکترونیکی معمولا کاربرد وسیع تری دارد، یعنی نه تنها شامل خرید و فروش از طریق اینترنت است بلکه سایر جنبه های فعالیت تجاری، مانند خریداری، صورت برداری از کالاها، مدیریت تولید و تهیه و توزیع و جابه جایی کالاها و همچنین خدمات پس از فروش را در برمی گیرد. البته مفهوم گسترده تر تجارت الکترونیک کسب و کار الکترونیک می باشد. پس بنابراین می توان اشاره نمود، ارتباط تنگاتنگی میان مدیریت دانش و تجارت الکترونیک و فروش اینترنتی در سازمان ها وجود دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، تجارت الکترونیک، فروش اینترنتی، کسب و کار اینترنتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/826120>

