

عنوان مقاله:

شناسایی و تبیین عوامل موثر بر ایجاد، توسعه و گسترش کسب و کارهای الکترونیک

محل انتشار:

اولین همایش ملی نگرش های نوین در مدیریت، حسابداری و اقتصاد (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

محمود بلوچ - استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

لیلا زرده نالوسی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه پردیس سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

خلاصه مقاله:

شرکت های بزرگ و کوچک در سراسر دنیا از اینترنت و فناوری های کسب و کار الکترونیکی برای انجام تجارت بهره می برند. کسب و کار الکترونیک عبارتست از کاربردی کردن کلیه سیستمهای اطلاعاتی برای تقویت و کنترل فرآیندهای کسب و کار. امروزه این فرآیندها با استفاده از تکنولوژیهای مبتنی بر وب توسعه مییابند. کسب و کار الکترونیکی در یک تعریف ساده واژههای به معنی انجام کسب و کار با استفاده از ارتباطات راه دور و ابزارهای مرتبط است. تجارت الکترونیک از این دست دارای مفهومی کوچکتر و محدودتر نسبت به کسب و کار الکترونیکی است. در تجارت الکترونیک احتمالاً بیاد بین دو طرف پول رد و بدل شود (تا به مفهوم تجارت برسیم) ولی در کسب و کار الکترونیک لازم نیست پولی مبادله گردد. به عنوان مثال دادگاهی که در آن محاکمه از طریق فضای اینترنتی انجام میگردد کسب و کار الکترونیک محسوب میشود. برخی نیز کسب و کار الکترونیک را ترکیبی از تجارت الکترونیک، هوشمندی شرکتها، مدیریت ارتباط با مشتری، مدیریت زنجیره تامین و برنامه ریزی منابع شرکت میدانند. با توجه به اهمیت فناوری های کسب و کار الکترونیکی در بهبود عملکرد و کاهش هزینه های کسب و کارهای نوپا در این تحقیق بدنبال بررسی عوامل موثر بر گسترش کسب و کار الکترونیک است. گسترش کسب و کارهای الکترونیکی در سایه اقتصاد دیجیتالی، انتخاب مدل کسب و کار الکترونیک را به یک ضرورت استراتژیک تبدیل کرده است؛ بنابراین آگاهی از مجموعه عوامل موثری که این انتخاب را تحت تاثیر قرار میدهند برای مدیران و محققان از اهمیت بالایی برخوردار است. پژوهش حاضر مجموعه عوامل محیطی و سازمانی موثر بر انتخاب مدل کسب و کار الکترونیکی را در ادبیات موضوع شناسایی نموده است

کلمات کلیدی:

شناسایی، عوامل موثر، کسب و کار الکترونیکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/881095>

