

## عنوان مقاله:

فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در بکارگیری تجارت الکترونیک

## محل انتشار:

همایش ملی کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

رقیه محمدنژاد فیروزجانی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه مازندران

فاطمه جعفری بازیار - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه مازندران، بابلسر

## خلاصه مقاله:

با افزایش روز افزون شدت رقابت در عرصه تجارت، سازمان ها به سمت شناسایی، کشف و خلق فرصت های جدید توسعه در عرصه تجارت هستند. دستیابی به سودآوری، کارآفرینی، نوآوری، تشخیص فرصت ها و یافتن بازارهای جدید و ارائه خدمات به مشتریان در عرصه تجارت الکترونیک باعث شده است، سازمان ها در نیل به آنها پیش بروند. یکی از عواملی که می تواند نقش مهمی در تسهیل موفقیت تجارت الکترونیک داشته باشد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه است. در این مقاله که با روش توصیفی انجام شده است، پس از شرح مفاهیم و اصطلاحات پایه ای، با هدف آگاه سازی مدیران به بررسی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در بکارگیری تجارت الکترونیک و به ارائه چارچوب پیشنهادی، می پردازد و در پایان، به متغیر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه به عنوان یک عامل تعیین کننده برای مدیران و کارکنان در بکارگیری تجارت الکترونیک تاکید می شود.

## کلمات کلیدی:

فرهنگ سازمانی، فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، تجارت الکترونیک

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/903605>

