

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر تجارت الکترونیک در کشورها بدر حال توسعه

محل انتشار:

همایش منطقه ای فن آوری اطلاعات، راهکارها و راهبردها (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

نورمحمد یعقوبی - دکترای مدیریت عضو هیئت علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان

محمدحسین طالبی - کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات دانشکده آموزشهای الکترونیکی

خلاصه مقاله:

تجارت به عنوان یکی از ارکان تمدن بشری همگام با پیشرفت و تحولات ایجاد شده در جامعه تغییر کرده و شکلی نو به خود می گیرد در عصر حاضر با توجه به انفجار اطلاعات و استفاده روزافزون از کامپیوتر و اینترنت تجارت الکترونیک از جایگاه خاصی برخوردار شده است تجارت الکترونیکی به دلیل سرعت کارایی کاهش هزینه ها و بهره برداری از فرصتهای زودگذر عرصه جدیدی را در رقابت گشوده است تا آنجا که گفته می شود عقب افتادن از این سیر تحول نتیجه ای جز منزوی شدن در عرصه اقتصاد جهانی نخواهد داشت درمقاله به بررسی عوامل موثر بر تجارت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه تحت 3 فاکتور اصلی عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی - اجتماعی و عوامل شناختی پرداخته شده و در انتها این عوامل در 3 سطح مصرف کننده و شغل در جدولی مورد بررسی قرار گرفته و تاثیر هر یک از این عوامل در هر یک از مراحل خرید شامل قبل از خرید، حین خرید و بعد از خرید به تصویر کشیده شده است.

کلمات کلیدی:

عوامل موثر بر تجارت الکترونیک، تجارت الکترونیک، عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی - اجتماعی، عوامل شناختی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/110247>

