



مدیریت تکنولوژی و فناوری در فرآیندهای مدیریتی (مورد کاوی گمرک ج.ا. ایران)

جواد آزاد^۱، محمد قاسمی^۲

۱- دانشجوی ارشد بازرگانی - پیام نور مشهد

۲- استاد دانشگاه پیام نور خراسان رضوی - مشهد

چکیده

ظهور فناوری های اطلاعات و ارتباطات جدید از قبیل فناوری های ارتباطات از راه دور، شرکت ها، افراد و سازمان ها را قادر می سازد تا به کسب و کار و تجارت الکترونیکی مبادرت ورزند. این سازمان ها، فرصت هایی را فراهم می کنند تا منابع و مهارت هایی را که به تنهایی توسط افراد آن سازمان، قابل دستیابی نیستند از طریق منابع بیرون سازمان در دسترس قرار گیرند و طبق تعریف، انجام الکترونیکی کسب و کار است که فرصتها و مزیت های فراوانی را در اختیار شرکتها، دولتها، و هم مصرف کنندگان می گذارند. دغدغه و سوال اصلی این تحقیق عبارت است از این که چه رابطه ای بین ابعاد اعتماد و موفقیت تجارت الکترونیکی وجود دارد ابعاد اعتماد در اینجا عبارتند: از کیفیت اطلاعات، حفاظت از حریم شخصی کاربران، درک حفاظت امنیتی، تجربه کاربران، شهرت وب سایت، برای موفقیت تجارت الکترونیکی از شش منبع ارزش آفرین "خدمات و پشتیبانی، کیفیت سیستم EC، کیفیت محتوا، و رضایت مشتری از EC، اعتماد" استفاده شده است. نوع تحقیق در این پژوهش از بعد هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی می باشد و بدین ترتیب انجام شده است که با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و استفاده از منابع چاپی و الکترونیکی به ایجاد ادبیات در حیطه موضوع پرداخته شده است.

واژگان کلیدی: مدیریت تکنولوژی، تحقیق و توسعه، نوآوری، کاربرد و تعمیق تکنولوژی در خدمات و تجارت