

## عنوان مقاله:

درآمدی بر پایداری در تجارت الکترونیک

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت امور مالی، تجارت، بانک، اقتصاد و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

محمدعلی ملاحسینی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشکده مدیریت موسسه آموزش عالی امام جواد

احمد حاجی مرادی - دانشکده مدیریت، موسسه آموزش عالی امام جواد

ابوالفضل شرافت - دانشکده مدیریت، موسسه آموزش عالی امام جواد

## خلاصه مقاله:

تجارت الکترونیک به عنوان یکی از مظاهر واقعی کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات مطرح است. مزایای فراوان استفاده از تجارت الکترونیک به قدری موردتوجه همه ذینفعان قرارگرفته که برخی از شرکت ها استراتژی رقابتی خود را استراتژی تجارت الکترونیکی انتخاب کرده اند. انتخاب تجارت الکترونیک منجر به مزیت های متنوع و متعدد می شود که شامل کاهش هزینه، بهبود کیفیت محصول و ایجاد شیوه های دید فروش محصولات می شود. شرکت ها و سازمان ها می تواند استراتژی های متناسب با مشخصات خاص خود را توسعه دهد. این استراتژی ها بازده و صرفه جویی در هزینه های که به نفع جامعه و محیط زیست است را نشان می دهند؛ اما چگونگی توسعه یک استراتژی خوب و مناسب برای سازمان با توجه به ویژگی های درون و بیرون سازمان نیازمند کاربرد بهترین شیوه در استراتژی پایداری است. یکی از ویژگی های مهم تجارت الکترونیک، روان سازی روش های فعالیت و در نتیجه کاهش هزینه عملیات بازرگانی است. بررسی ها نشان می دهد که استفاده از تجارت الکترونیک، 7 تا 12 درصد صرفه جویی در هزینه های فعالیت های مختلف ایجاد می کند. تجارت الکترونیکی به دلیل سرعت، کارایی، کاهش هزینه ها و بهره برداری از فرصت های زودگذر عرصه جدیدی را در رقابت گشوده است تا آنجا که گفته می شود عقب افتادن از سیر تحول نتیجه ای جز منزوی شدن در عرصه اقتصاد جهانی نخواهد داشت

## کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، توسعه پایدار، کسب و کار الکترونیک

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1126983>

