

عنوان مقاله:

تجارت الکترونیک در ایران و چالش های پیش روی آن

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

محمدرضا مقدم - دانشگاه جامع علمی کاربردی مرکز شهرداری ها و دهیاری های استان سیستان و بلوچستان

فریبا عبدی - شهرداری زاهدان

خلاصه مقاله:

بی شک، بهره گیری از فناوری اطلاعات یکی از حلقه های لازم برای افزایش کارایی تجاری در اقتصاد ملی است. امروزه استفاده از اینترنت و کسب و کارهای حاصل از این فناوری توسط شرکت ها، به وسیله ای برای کسب مزیت رقابتی در کسب و کارها تبدیل شده است. تحولات جدید قرن بیست و یکم و جهانی شدن بازار و به دنبال آن، بروز شیوه های جدید تجارت و بازاریابی که تحت تاثیر پیشرفت سریع و همه جانبه علم و فناوری به وجود آمده و بسیاری از اقتصاددانان، متخصصان و آینده نگران را بر این باور داشته که در سال های اخیر انقلابی شبیه انقلاب صنعتی به وقوع پیوسته است. این انقلاب، جهان را وارد عصر اطلاعات کرده و بسیاری از جنبه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حیات بشری را دستخوش تحولی عمیق ساخته و با بهره گیری از فناوری های نوین، به سطحی جدید و غیر قابل تصور از پویایی و تغییرپذیری دست یافته است. امروزه حضور در بازارهای جهانی به کمک شیوه های موفق و کارآمد که خود، نمایی از توانمندی اقتصادی کشورها را به تصویر می کشد، از جمله ضرورت های تطبیق با نظام بین المللی کنونی به لحاظ پیشرفت های حاصله در عرصه های اقتصادی و صنعتی آن است. یکی از ابعاد عصر اطلاعات، تغییرات عمیقی است که در روابط اقتصادی بین افراد، شرکت ها و دولت ها به وجود آمده، به طوری که پدیده ی جدیدی به نام کسب و کار الکترونیک و تجارت الکترونیک را مطرح ساخته و بسیاری از مفاهیم، اصول و تئوری های اقتصادی را دگرگون کرده است؛ تا جایی که واژه ی «اقتصاد مبتنی بر اینترنت» کم کم جایگزین واژه ی «اقتصاد سنتی» شده است. اینترنت عرصه ی نوینی را برای نشر، تبادل و ارائه اطلاعات، فرا روی بشر قرار داده است که از بسیاری جهات یک انقلاب عمیق محسوب می شود. انقلاب بدان مفهوم که به تدریج بنیادهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و تکنولوژیکی جوامع را دگرگون می کند. یکی از ویژگی های مهم استفاده از این فناوری، روان سازی روش های فعالیت و در نتیجه کاهش هزینه ها است. بدون تردید، بهره گیری خردمندانه از فناوری تجارت الکترونیک می تواند ما را در بهبود کارایی تجاری و حضور فعال تر در عرصه تجارت جهانی یاری داده و به تقویت جایگاه کشور در بازارهای منطقه ای و جهانی کمک کند. در این مقاله ضمن مروری بر مفهوم تجارت الکترونیک، سعی شده است با شناسایی موانع رشد و توسعه این مفاهیم در ایران، راهی برای شناخت راه کارهای مناسب جهت بهبود روند توسعه این پدیده نوپا در کشور گشوده شود

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، کسب و کار الکترونیک، اقتصاد مبتنی بر اینترنت، چالش های تجارت الکترونیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1178510>

