

## عنوان مقاله:

بررسی تجارت الکترونیک و فروش اینترنتی در شرایط بحرانی کرونا

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی جهش علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسنده:

روژیبار علی خانی - کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران

## خلاصه مقاله:

اینترنت به عنوان موثرترین بستر تجارت الکترونیک با پوشش جهانی امکان رسیدن به بازارهای بین المللی را فراهم ساخته است و عرصه ی نوینی را برای نشر، تبادل و ارائه اطلاعات، فرا روی بشر قرار داده است. یکی از ویژگی های مهم تجارت الکترونیک، روانسازی روشهای فعالیت و در نتیجه کاهش هزینه ها است. بدون تردید، بهره گیری خردمندانه از فناوری تجارت الکترونیک میتواند ما را در بهبود کارایی تجاری و حضور فعالتر در عرصه تجارت جهانی یاری داده و به تقویت جایگاه کشور در بازارهای منطقه ای و جهانی کمک کند. شیوع بیماری کرونا در سراسر جهان نیاز به استفاده از تجارت الکترونیکی را بیشتر از پیش آشکار نموده، مقاله حاضر با هدف بررسی تجارت الکترونیک و فروش اینترنتی در شرایط بحرانی کرونا انجام یافته است. در ابتدا به بررسی مبانی نظری سپس مزیت و معایب تجارت الکترونیک و ارائه راهکارها و پیشنهاداتی در این راستا میپردازیم. کسب و کارهای بسیاری وجود دارد که با توجه به شرایط اقتصادی کنونی جهان و بحران ویروس کرونا میتواند از طریق تجارت الکترونیک و فروش اینترنتی کسب درآمد نمایند، برخی از آنها عبارتند از: تجارت الکترونیک و داشتن یک فروشگاه اینترنتی، فروش اینترنتی و کسب و کارهای آنلاین، بازاریابی از طریق اینستاگرام - اینستاگرام مارکتینگ، خدمات مشاوره فروش آنلاین یا تلفنی، فروش محصولات خود در سایت های پربازدید فروشگاه، آموزش و تدریس آنلاین، ارائه خدمات مشاوره و آموزشی بصورت آنلاین، کتابهای الکترونیکی.

## کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، بازاریابی اینترنتی، فروش اینترنتی، کرونا

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1463303>

