

عنوان مقاله:

نقش تجارت الکترونیک و بازاریابی اینترنتی در رونق کارآفرینی و بهبود فضای کسب و کار

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مطالعات نوین در مدیریت و کارآفرینی ایران و تاجیکستان (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

فاطمه میرزائی - دانشجوی کارشناسی مدیریت کسب و کار اینترنتی، دانشگاه علمی کاربردی علامه طبهرسی

خلاصه مقاله:

در یک نگاه کلی می توان تجارت الکترونیک را زیر مجموعه ای از کسب و کار الکترونیک که ارمغان فن آوری اطلاعات می باشد دانست استقرار الکترونیک نیازمند بسترسازیهایی مناسب اقتصادی و فنی مخابراتی حقوق انسانی و فرهنگی می باشد. هدف از تحقیق بررسی نقش تجارت الکترونیک در تحول ودگرگونی اقتصادی است. نقش تجارت الکترونیک و بازاریابی اینترنتی در رونق کارآفرینی و بهبود فضای کسب و کار را تشریح نماید. کسب و کار الکترونیک به مفهوم کلی شامل به کارگیری فناوریهای جدید برای برقراری ارتباطات زنجیره ای بین سازندگان، فروشندگان، عرضه کنندگان و به طور کلی ارایه دهندگان کالا و خدمات از یک سو و خریدار و مصرف کننده و یا به طور کلی مشتری از سوی دیگر است و نتیجه آن تصمیمهای بهتر، بهینه سازی کالا و خدمات، کاهش هزینه ها و گشودن کانالهای جدید است. استفاده از این فناوری ها صرف نظر از تمامی برتری ها هنوز دارای نقاط ضعفی در زمینه های مختلف و در نقاط مختلف جهان است. توانایی دسترسی به رایانه های شخصی و سرعت پایین نقل و انتقال اطلاعات بر روی بستر اینترنت، امکان دست یابی به پایگاه اینترنتی را با مشکلاتی روبه رو می سازد. با این وجود و نظر به گسترش سریع کسب و کارهای الکترونیک و تجارت الکترونیک در جهان و گریزناپذیر بودن استفاده از آن ها، و نقش این گونه فناوری های نوین در حفظ، تقویت و توسعه موقعیت رقابتی بنگاه ها و کشور در منطقه و جهان و صرفه جویی های ناشی از اجرا و به کارگیری آنها، لازم است جهت اجرا و پیاده سازی گسترده و همچنین رفع موانع موجود در راه بکارگیری آنها اقدام برنامه ریزی دقیق، منسجم و راهبردی در سطح خرد و کلان و همچنین برای دوره های زمانی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت در کشور شود.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک-تحول اقتصادی-مدیریت بازرگانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1466079>

