

عنوان مقاله:

بررسی ابعاد مختلف تجارت الکترونیک

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس ملی ایده های نوین در فنی و مهندسی (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسنده:

مریم قلی نژاد - کارشناس ارشد فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری بیرجند

خلاصه مقاله:

تجارت الکترونیکی را می توان انجام هرگونه امور تجاری به صورت آنلاین و از طریق اینترنت بیان کرد. در واقع تجارت الکترونیکی به هرگونه معامله ای گفته میشود که در آن خرید و فروش کالا و یا خدمات از طریق اینترنت صورت پذیرد و به واردات و یا صادرات کالا و یا خدمات منتهی می شود. تجارت الکترونیک با رشد و توسعه خود ، در سطح بالاتری وارد سازمانها شده که امروزه به جرات می توان گفت به بخش جدایی ناپذیر هر سازمانی تبدیل شده است تا جایی که نبود تجارت الکترونیک در یک سازمان ، عموماً بی معنی و نامفهوم است و آنرا از عرصه رقابت با رقبا از جمله رقبای بین المللی خارج می کند. تجارت الکترونیک نمونه نو ظهوری است از ابزار فروش و داد ستد و دیگر یک گزینه نیست، بلکه یک لزوم برای موفقیت تجاری در هر زمینه ای است. در این مقاله سعی شده است با ارائه تصویر کلی از تجارت الکترونیک به بررسی ابعاد مختلف آن پرداخته شود. مدیریت تجارت الکترونیک، پیشرفت آن در کشورهای مختلف، مزایا، معایب و محدودیت های آن از جمله مواردی است که در این مقاله بررسی می شود.

کلمات کلیدی:

تجارت، الکترونیک، تجارت الکترونیک، مدیریت تجارت، محدودیت ها

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1488393>

