

عنوان مقاله:

بررسی جایگاه تجارت الکترونیک در جمهوری اسلامی ایران و موانع قانونی آن

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی علوم انسانی و توسعه (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

علی احمدی ریزی - کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات (تجارت الکترونیک)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر مجلسی، اصفهان،
ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی جایگاه تجارت الکترونیک در جمهوری اسلامی ایران و موانع قانونی آن انجام شد. روش تحقیق کتابخانه ای با استفاده از کتاب، مقاله و پایان نامه ها و... بود. نتایج پژوهش نشان داده است که از بررسیهای بعمل آمده از تعاریف متعددی که در رابطه با تجارت الکترونیک ارائه شده است این نتیجه حاصل میشود که اینترنت اصلیترین ابزار در تحقق تجارت الکترونیکی می باشد و گسترش اینترنت منجر به گسترش این صنعت در کشور خواهد شد. گسترش تجارت الکترونیک رابطه معکوسی با واسطهگری در امر تجارت دارد یعنی هر چه این صنعت گسترش یابد دست واسطه ها کوتاه تر خواهد شد. و گسترش تجارت الکترونیک معمولا رابطه معکوسی با قیمت تمام شده کالا برای مشتری دارد یعنی هر چه تجارت الکترونیک سریعتر و بهتر گسترش یابد کالا آسانتر و با قیمت کمتر بدست مشتری خواهد رسید. در واقع باید گفت رقابت در اقتصاد جهانی بدون پذیرش تجارت الکترونیک میسر نخواهد بود. لذا مهمترین موانع رشد کسب و کار الکترونیکی در ایران را می توان ناشی از فقدان بستر مناسب ملی، نگاه سنتی مردم به تجارت، ترس از بیکاری در نزد مردم ودولتمردان، عدم گسترش بانکداری الکترونیک در ایران و عدم امنیت لازم در فضای تجارت الکترونیک برشمرد.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، ایران، موانع قانونی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1498653>

