

عنوان مقاله:

چالش های تجارت الکترونیک در ایران

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

علی راستی - مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائنات

سید محمد اسماعیل ترحمی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائنات

خلاصه مقاله:

با وجود آنکه برخی ایرانیان مقیم خارج، از طلایه داران تجارت الکترونیک در جهان به حساب میآیند، متأسفانه این فناوری هنوز در ایران شکل نگرفته و حتی زیرساخت های لازم برای آن به وجود نیامده است؛ این امر موجب بروز معضلات فراوانی در عرصه تجارت ایران شده است. به طور کلی، معضلات و مسایل صنعت تجارت الکترونیک در ایران را میتوان از دو دیدگاه داخلی و خارجی نقد و بررسی کرد که در این مقاله بعد از بیان اصول کلی به هر دو دیدگاه اشاره خواهیم نمود. ایران آن گونه که باید در زمینه زیرساخت های لازم در وضعیت مناسبی بسر نمی برد؛ اگرچه تحقیقات نشان می دهد که در کشور حرکت به سوی گسترش و استفاده بیشتر و مناسبتر از اینترنت آغاز شده است؛ طبق برآوردها حتی برخی از کشورهای کمتر توسعه یافته در این مورد از ما پیشی گرفته اند. نبود فرهنگ مناسب رویارویی با پدیده تجارت الکترونیک و تفکر نادرست و جایگزین کردن برخی از پدیده های تجاری دیگر مانند بازاریابی شبکه ای که ارتباط چندانی با پدیده گسترده تجارت الکترونیک ندارد و نیز برخورد منفی تجار، واحدهای توزیع فیزیکی و مشتریان با تجارت الکترونیک، مانع مهمی بر سر رشد این پدیده به شمار می آید. مشکلات و چالش های فرا روی تجارت الکترونیک را می توان به چند دسته تقسیم بندی کرد (مهدوی، حق دوست، ۱۳۸۶، جعفرنژاد و دیگران، ۱۳۸۸، خانی، ۱۳۸۶)

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، چالش های تجارت الکترونیک، ایران، موانع، بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1620544>

