

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تجارت الکترونیک بر توسعه صادرات فرش دستباف ایران

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات (سال: 1383)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

علی صناعی - عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان

عباس علوی شاد - دانشجوی کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی ، دانشگاه اصفهان

خلاصه مقاله:

آگاهی و استفاده از تجارت الکترونیکی برای همه شرکتها و ارگانهایی که سعی در ارضای نیازهای مشتریان شان در اسرع وقت و تامین برنامه ها و اهداف خود دارند، امری ضروری به نظر می رسد. این امر به خصوص در مورد فرش دستباف که یکی از مهمترین منابع ارزی کشور پس از نفت می باشد، نیز صادق است. شرکت ها باید از طریق ابزار اینترنت ، تبلیغات اطلاعات مورد نیاز مشتریان خود را ارائه دهند و به واسطه قرار داد با شرکت های کارتهای اعتباری و شرکت های حمل و نقل روابط الکترونیکی با مشتریان خود برقرار سازند. بنابراین، تحقیق حاضر اهداف زیر را دنبال می کند که استفاده از تجارب الکترونیک در مقایسه با روشهای سنتی در افزایش صادرات فرش دستباف چه تاثیری دارد. و نیز تبلیغات و ارائه اطلاعات از طریق روشهای الکترونیکی از نظر جلب توجه خریداران و ارائه تسهیلات و استفاده از سیستمهای پیشرفته الکترونیکی در حین فروش از نظر جلب رضایت خریداران نسبت به سیستمهای سنتی در افزایش صادرات فرش دستباف چه تاثیری دارد. تجزیه و تحلیل داده ها نشان می دهد استفاده از تجارب الکترونیک در مقایسه با روشهای سنتی برتری دارد و نیز تبلیغات و ارائه اطلاعات از طریق روشهای الکترونیکی از نظر جلب توجه خریداران و ارائه تسهیلات و استفاده از سیستمهای پیشرفته الکترونیکی در حین فروش از نظر جلب رضایت خریداران نسبت به سیستمهای سنتی موثر تر می باشد. که در این خصوص راه حل های پیشنهادی نیز ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیکی ، تکنولوژی اطلاعات ، کسب و کار الکترونیکی ، صادرات فرش دستباف

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/18961>

