

عنوان مقاله:

بررسی مشکلات M_Commerce و ارائه پیشنهاداتی برای شناخت و جذب بیشتر مشتریان

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

سمیه روبین تن اردکانی - دانشجوی کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات موسسه آموزش عالی صنعتی فولاد اصفهان

امین یزدخواستی - دانشجوی دکترای مهندسی صنایع دانشگاه یزد

خلاصه مقاله:

تجارت الکترونیکی (E-Commerce) و تجارت با موبایل (M-Commerce) در جهان، به تدریج جایگزین تجارت سنتی شده و فرایند پرداخت الکترونیک، جانشین پرداخت با پول یا چک شده است. از مزایای اینگونه تجارت، می توان به صرفه جویی در زمان، کاهش مصرف سوخت، عدم نیاز به جابه جایی، کاهش استرس، آلودگی هوا و امنیت اشاره کرد. تجارت الکترونیکی به دلیل سرعت، کارایی، کاهش هزینه ها و بهره برداری از فرصت ها، عرصه جدیدی را در رقابت گشوده است. بازماندن از این سیر تحول، نتیجه ای جز منزوی شدن از عرصه اقتصاد جهانی نخواهد داشت. امروزه اغلب کمپانی ها اهمیت کسب و کار الکترونیکی را دریافته و تبدیل کسب و کار سنتی به کسب و کار الکترونیکی را آغاز نموده اند. بدنبال تجارتهای سنتی، تجارت الکترونیکی و پس آن تجارت با موبایل پا به عرصه گذاشت. پس از انقلاب اینترنت، انقلاب تلفن همراه در راه است. در نتیجه ایجاد بستری مناسب برای کسب رضایت و اطمینان مشتریان لازم است، بهینه سازی وب سایت برای موبایل و در دسترس قراردادن امکانات و آموزش و فرهنگ سازی یک فرصت بزرگ است. در این مقاله به بررسی مشکلاتی که بر سر راه تجارت با موبایل در جهان و ایران وجود دارد پرداخته می شود و نهایتا راهکارهایی برای همگانی سازی آن ارائه می شود.

کلمات کلیدی:

تجارت با موبایل، تجارت الکترونیک، موانع تجارت الکترونیک، تجارت اینترنتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/286497>

