

## عنوان مقاله:

بررسی کارآمدی بازاریابی اینترنتی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1386)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

حمیدرضا سعیدنیا - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

مهدی بنی اسدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیق

امیرهوشنگ میرزا محمدی - دانشجوی کارشناسی ارد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیق

## خلاصه مقاله:

به کارگیری ابزارها و روش های نوین فن آوری اطلاعات، امکانات و تسهیلات جدید را در زمینه بازاریابی فرا روی شرکت ها قرار داده است. به طوری که بهره گیری از اینترنت در عرصه بازاریابی، پویایی، کاهش هزینه، افزایش سرعت و توسعه میزان اثرگذاری تبلیغات و بازاریابی را به دنبال داشته است. در سال های اخیر رشد و توسعه استفاده از اینترنت در صنایع و بنگاه های اقتصادی، افزایش حجم فروش و کاهش هزینه های عملیاتی و تبلیغات را برای آنها به ارمغان آورده است. با توجه به اهمیت این موضوع، در تحقیق پیش رو، شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از منظر بهره گیری از اینترنت در بازاریابی محصولات و خدمات و میزان تاثیرگذاری آن در کاهش هزینه های عملیاتی، افزایش فروش و نهایتا سوددهی آنها مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج حاکی از آن است که اطلاع رسانی با ابزارهای تجارت الکترونیک، افزایش حجم فروش و هزینه های عملیاتی شرکت های مورد بررسی را به دنبال داشته است. علی رغم افزایش هزینه های عملیاتی شرکت ها، سوددهی آنها بیشتر شده که بیانگر افزایش درآمد بیش از افزایش هزینه های عملیاتی است.

## کلمات کلیدی:

هزینه عملیاتی، فروش عملیاتی، تجارت الکترونیک، شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/43522>

